



4580/KOM-D/SD-S1/2021

**STRATEGI HUMAS DALAM MENDUKUNG PERENCANAAN
INITIAL PUBLIC OFFERING (IPO) DI PT. PERKEBUNAN
NUSANTARA V PEKANBARU**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

YUSTIKA MAHFIRA HADI
NIM. 11740324407

PRODI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM

RIAU

2021

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Yustika Mahfira Hadi
NIM : 11740324407
Judul : **"Strategi Humas dalam Mendukung Perencanaan *Initial Public Offering* (IPO) di PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru"**

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Senin
Tanggal : 22 Maret 2021


Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 6 April 2021
Dekan,


Dr. Nurdin. M.A
NIP.196606202006041015

Tim Penguji


Ketua/ Penguji I,


Dr. Toni Hartono, M. Si
NIP. 197806052007011024

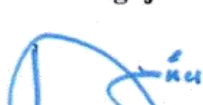
Sekretaris/ Penguji II,


Dr. Kodarni, M. Pd
NIK. 130311014

Penguji III,


Dr. M. Badri, M. Si
NIP. 198103132011011004

Penguji IV,


Sudianto, S. Sos, M. I. Kom
NIP. 198012302006041001

Dilindungi Undang-Undang

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



STRATEGI HUMAS DALAM MENDUKUNG PERENCANAAN INITIAL
PUBLIC OFFERING (IPO) DI PT PERKEBUNAN NUSANTARA V PEKANBARU

Disusun Oleh:

YUSTIKA MAHFIRA HADI
NIM. 11740324407

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal 19 Januari 2021

Pembimbing,

Dr. Nurdin, M.A
NIP. 196606202006041015

Mengetahui,

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Dra. Atjih Sukaesih, M.Si.
NIP. 196911181996032001

UIN SUSKA RIAU

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGESAHAN

Proposal dengan judul **“STRATEGI HUMAS DALAM MENDUKUNG PERENCANAAN INITIAL PUBLIC OFFERING (IPO) DI PT PERKEBUNAN NUSANTARA V PEKANBARU”** yang di gunakan oleh saudara :

Nama : Yustika Mahfira Hadi

NIM : 11740324407

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Telah di seminarkan pada :

Hari : Minggu

Tanggal : 29 November 2020

Dan dapat di terima untuk penulisan skripsi selanjutnya sebagai salah satu syarat mendapat gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Riau.

Pekanbaru, 2 Desember 2020

Penguji I

Penguji II

Digitally signed by Dr. Masduki, M.Ag
Date: 2020.12.08 08:20:45 +07'00'

Dr. Masduki, M. Ag
NIP. 197106121998031000


Dr. M. Badri, M. Si
NIP.198103132011011004



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION SCIENCE

Jl. H.R. Soebrandt No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

Pekanbaru, 19 Januari 2021

: Nota Dinas
: 1 (satu) Eksemplar
: Pengajuan Sidang Sarjana

Tempat yang terhormat,
Pekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Yustika Mahfira Hadi
NIM : 11740324407
Judul Skripsi : Strategi Humas Dalam Mendukung Perencanaan Initial Public Offering (IPO) di PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru.

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk munaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Mengetahui :
Pembimbing,

Dr. Nurdin, M.A

NIP. 196606202006041015

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumbernya.
2. Dilarang mengutip atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumbernya.
2. Dilarang mengutip atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta dilindungi Undang-Undang UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yustika Mahfira Hadi

NIM : 11740324407

Tempat/Tanggal Lahir : Pekanbaru, 27 Agustus 1998

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul: “**Strategi Humas Dalam Mendukung Perencanaan Initial Public Offering (IPO) di PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru**” adalah betul-betul karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Pekanbaru, 09 Maret 2021
Yang membuat pernyataan



YUSTIKA MAHFIRA HADI
NIM. 11740324407

UIN SUSKA RIAU

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Nama : Yustika Mahfira Hadi
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : Strategi Humas Dalam Mendukung Perencanaan *Initial Public Offering* (IPO) di PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru

Initial Public Offering (IPO) adalah proses penawaran saham perdana oleh Emiten (Perusahaan) yang ingin melangkah ke bursa saham. Dalam proses perencanaan *Initial Public Offering* (IPO) dibutuhkan semua peran dari struktur organisasi perusahaan dalam mendukung perencanaan tersebut agar tujuan yang ingin dicapai bisa terlaksana dengan baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi Humas dalam mendukung perencanaan *Initial Public Offering* (IPO) di PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan Metode Deskriptif Kualitatif. Hasil dari penelitian ini ialah bahwa dari tujuh komponen PENCILS yang dikemukakan oleh Thomas L Harris ini, Humas PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru hanya menggunakan lima komponen saja yaitu *Publication* (Publikasi) yang dilakukan melalui siaran per, pemberitaan, iklan dan *Annual Report, News* (Berita) yang dilakukan dengan memberitakan berita positif dan menekan berita negatif, *Community Involvement* (Hubungan dengan Komunitas) dengan melakukan program kemitraan dan melakukan survey kepuasan pelanggan untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan, *Inform or Image* (Citra) dengan mengelola media sosial sebaik mungkin, dan yang terakhir adalah *Social Responsibility* (Tanggung Jawab Sosial) yang berfokus pada penyelenggaraan pembangunan usaha dengan kemitraan.

Kata Kunci : Strategi Humas PENCILS, *Initial Public Offering* (IPO), PT Perkebunan Nusantara V.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Name : Yustika Mahfira Hadi
Departement : Ilmu Komunikasi
Title : Strategi Humas Dalam Mendukung Perencanaan *Initial Public Offering* (IPO) di PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru

Initial Public Offering (IPO) is the process of initial public offering by Issuers (Companies) wishing to step into the stock exchange. In the planning process of an *Initial Public Offering* (IPO), all the roles of the company's organizational structure are needed to support the planning so that the goals to be achieved can be carried out properly. This study aims to determine how the PR strategy in supporting the planning of an *Initial Public Offering* (IPO) at PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru. This research uses a qualitative descriptive method. The results of this study are that of the seven components of PENCILS put forward by Thomas L. Harris, the PR of PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru only uses five components, namely Publication (Publication) which is carried out through per broadcast, news, advertising and which is done by reporting positive news and suppressing negative news, Community Involvement by conducting partnership programs and conducting customer satisfaction surveys to maintain good relationships with customers, Inform or Image by managing social media as best as possible, and the last is Social Responsibility, which focuses on implementing business development in partnership.

Key Word : Strategi Humas PENCILS, *Initial Public Offering* (IPO), PT Perkebunan Nusantara V.



KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirabbil'alam, tiada kata yang terindah yang patut penulis ucapkan selain kata syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya kepada penulis berupa kesehatan dan kesempurnaan jiwa dan raga, sehingga penulis memiliki kemampuan dan kekuatan untuk membangun hidup lebih cerah dengan tetap berada dalam hidayah-Nya. Terutama dalam menyelesaikan skripsi ini yang berjudul: **“Strategi Humas Dalam Mendukung Perencanaan *Initial Public Offering* (IPO) di PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru”**. Sebagai salah satu persyaratan guna mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Sultan Syarif Kasim Riau. Shalawat beserta salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah berjuang merubah peradaban dunia dari kegelapan menjadi lebih baik lagi.

Dalam menyelesaikan skripsi ini. Tidak sedikit sumbangan dan jasa yang penulis terima dari berbagai pihak. Yang sangat membantu dalam proses menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyatakan dengan penuh rasa hormat ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Suyitno selaku PLT Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, dan Wakil Rektor I Dr. H.Suryan A.Jamrah, MA, Wakil Rektor II Dr. H. Kusnadi, M.Pd, Wakil Rektor III Drs. H. Promadi, MA, Pd.D.
2. Bapak Dr. Nurdin, MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, dan Wakil Dekan I Dr. Masduki, M.Ag Wakil Dekan II Dr. Toni Hartono, M.Si. Wakil Dekan III Dr, Azni, M.Ag.
3. Ibu Dra. Atjih Sukaesih, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi dan Bapak Yantos, M. Si selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Dr. Nurdin, MA selaku Dosen Pembimbing. Teruntuk bapak beribu terimakasih rasanya tidak cukup penulis ucapkan atas segala yang telah bapak

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

beri kepada saya. Waktu dan ilmu serta tak kenal lelah dalam memberikan pengarahan dan masukan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Ibu Dr. Titi Antin, S.Sos, M.Si selaku Penasehat Akademik. Terimakasih atas segala waktu dan saran untuk penulis dalam proses menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih atas ilmu yang diberikan semoga menjadi bekal yang baik bagi penulis dalam menjalani kehidupan.
7. Karyawan/i Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan pelayanan yang baik dan kemudahan dalam administrasi.
8. Teristimewa dan tersayang untuk kedua Orang Tuaku M. Yusdi Hadi, SH (Papa), Ellisda Nasution (Mama). Papa dan Mama, beribu terimakasih pun tak cukup atas segala yang telah papa mama berikan, yang selalu mendo'akan, memberikan semangat dan pengorbanannya baik dari segi moril dan materi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga papa dan mama selalu sehat dan senantiasa dalam lindungan Allah SWT.
9. Kepada seluruh keluarga besar yang sangat penulis sayangi. Seluruh keluarga besar Nenek Siti Aisyah yang tak dapat penulis sebutkan satu persatu yang menjadi penyemangat penulis dalam menyelesaikan skripsi dan selalu mensupport penulis semoga semuanya dalam lindungan Allah SWT.
10. Seluruh Pegawai dan Karyawan PT Perkebunan Nusantara V, Pak Udin SDM, Pak Iwan SDM, Buk Shinta SDM, Pak Rizky Humas, Pak Sukri Humas, Pak Alvin Humas, Pak Anggi Humas dan seluruh Pegawai Karyawan/I PT Perkebunan Nusantara V khususnya bagian SDM dan Sektertariat Perusahaan yang bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan informasi terkait penyusunan skripsi ini.
11. Teman seperjuangan yang sangat penulis sayangi Hary Mulyadi, Suhartini Aprilla dan Nadia Muthi Nabila, serta teman pergenganku dimasa kuliah



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Mutiara Ganesha, Sukma Fitria, Velga Fitri Adiensyah, Sahabatku Bela Moneta, Tania Tamara Sastra, dan Puti Linduang Bulan. Teman-teman KKN Kelurahan Maharatu 2020 serta Kakak Senior Kak Dirami Pratiwi dan Bang Miftahur Rizki. Dan Seluruh Teman-teman penulis selama bangku perkuliahan, kelas Kom G dan *Public Relations* E yang tidak dapat disebut satu persatu. Terimakasih telah memberi dukungan dan motivasinya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini, banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak. Semua masukan tersebut akan penulis jadikan sebagai motivasi untuk berkarya lebih baik lagi dimasa yang akan datang. Akhir kata semoga skripsi ini dapat memebrikan manfaat bagi pembacanya. *Aamin ya rabbal alamin.*

Pekanbaru, 19 Januari 2020

Penulis

Yustika Mahfira Hadi
NIM. 11740324407

UIN SUSKA RIAU

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| ABSTRAK | i |
| KATA PENGANTAR..... | iii |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR TABEL..... | viii |
| DAFTAR BAGAN | ix |
| DAFTAR GAMBAR..... | x |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang..... | 1 |
| B. Penegasan Istilah..... | 4 |
| C. Rumusan Masalah..... | 4 |
| D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian | 5 |
| E. Sistematika Penulisan | 5 |
| BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA FIKIR | |
| A. Kajian Terdahulu | 7 |
| B. Kajian Teori | 13 |
| C. Konsep Operasional | 30 |
| D. Kerangka Pikir | 32 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | |
| A. Desain Penelitian | 34 |
| B. Lokasi dan Waktu Penelitian | 34 |
| C. Sumber Data | 34 |
| D. Informan Penelitian | 35 |
| E. Teknik Pengumpulan Data..... | 35 |
| F. Validitas Data..... | 36 |
| G. Teknik Analisis Data | 38 |
| BAB IV GAMBARAN UMUM | |
| A. Sejarah Umum Perusahaan..... | 40 |
| B. Wilayah Operasi PT Perkebunan Nusantara V..... | 42 |

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | |
|--|----|
| C. Visi dan Misi PT Perkebunan Nusantara V | 42 |
| D. Kebijakan Perusahaan..... | 43 |
| E. Logo PT Perkebunan Nusantara V | 45 |
| F. Sistem dan Tata Nilai Perusahaan | 46 |
| G. Ketenagaan | 48 |
| H. Bidang Usaha..... | 48 |
| I. Struktur Organisasi Humas | 49 |

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|---|----|
| A. Hasil Penelitian..... | 58 |
| 1. <i>Publications</i> (Publikasi) | 60 |
| 2. <i>Event</i> (Acara) | 63 |
| 3. <i>News</i> (Berita) | 64 |
| 4. <i>Community Involvement</i> (Hubungan dengan Komunitas) | 68 |
| 5. <i>Inform or Image</i> (Citra) | 71 |
| 6. <i>Lobbying and Negotiations</i> (Lobi dan Negosiasi) | 75 |
| 7. <i>Social Responsibility</i> (Tanggung Jawab Sosial) | 75 |
| B. Pembahasan | 79 |
| 1. <i>Publications</i> (Publikasi) | 80 |
| 2. <i>Event</i> (Acara) | 82 |
| 3. <i>News</i> (Berita) | 83 |
| 4. <i>Community Involvement</i> (Hubungan dengan Komunitas) | 84 |
| 5. <i>Inform or Image</i> (Citra) | 89 |
| 6. <i>Lobbying and Negotiations</i> (Lobi dan Negosiasi) | 92 |
| 7. <i>Social Responsibility</i> (Tanggung Jawab Sosial) | 92 |

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

| | |
|--------------------|----|
| A. Kesimpulan..... | 98 |
| B. Saran | 99 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

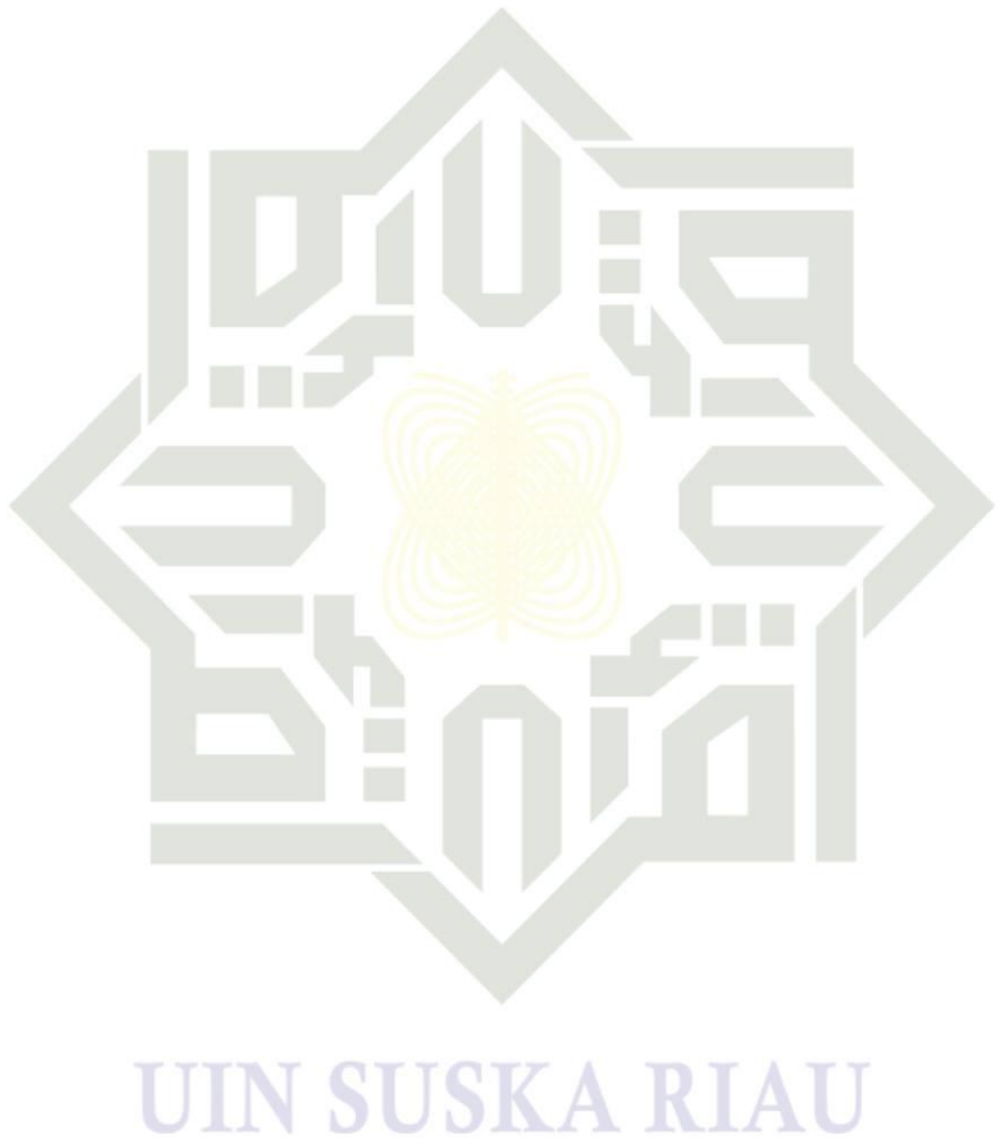
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 3.1 Informan Penelitian | 35 |
| Tabel 4.1 Daftar Jumlah Karyawan bagian PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru48 | |
| Tabel 5.1 Informan Penelitian | 58 |
| Tabel 5.2 Kegiatan Publikasi Humas pada bulan Desember 2020 | 62 |
| Tabel 5.3 Total Kegiatan Publikasi Humas PT Perkebunan Nusantara V pada Januari s/d Desember 2020 | 82 |
| Tabel 5.4 Data Perbandingan Berita Positif dan Negatif pada tahun 2019/2020 mengenai PT Perkebunan Nusantara V | 84 |

DAFTAR BAGAN

| | |
|-----------------------------------|----|
| Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran..... | 33 |
|-----------------------------------|----|



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|-------------|---|----|
| Gambar 4.1 | Struktur Organisasi Perusahaan..... | 42 |
| Gambar 4.2 | Logo Perusahaan | 45 |
| Gambar 5.1 | Pembukaan Stand PT Perkebunan Nusantara V di Expo Kampar. | 64 |
| Gambar 5.2 | Grafik Tone Persentase Berita pada Desember 2019 s/d 2020..... | 67 |
| Gambar 5.3 | Kunjungan Staf Kementerian Perindustrian ke PTPN V..... | 70 |
| Gambar 5.4 | Grafik Tingkat Kepuasan Layanan dari PTPN V dan non PTPN | 71 |
| Gambar 5.5 | Halaman Instagram PT Perkebunan Nusantara V @ptpnusalima..... | 74 |
| Gambar 5.5 | CEO PTPN V Jatmiko Santosa bersama Bupati Kampar Catur Sugeng mencoba menempa besi di Rumbio Jaya Steel..... | 79 |
| Gambar 5.7 | Cover Annual Report PT Perkebunan Nusantara V..... | 81 |
| Gambar 5.8 | Stand PT Perkebunan Nusantara V pada acara ulang tahun Kampar | 83 |
| Gambar 5.9 | Stand PT Perkebunan Nusantara V pada acara INHU Creative Expo | 83 |
| Gambar 5.10 | Kutipan Berita mengenai pendanaan UMKM dari PT Perkebunan Nusantara V | 85 |
| Gambar 5.11 | Kutipan berita mengenai pendanaan UMKM oleh PT Perkebunan Nusantara V | 86 |
| Gambar 5.12 | Cover Laporan Survey Kepuasan Pelanggan Tahun 2018 oleh PT Perkebunan Nusantara V | 88 |
| Gambar 5.13 | Kutipan Berita mengenai Rumbio Jaya Steel salah satu UMKM yang menerima suntikan dana dari PT Perkebunan Nusantara V..... | 88 |



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta dilindungi undang-undang
UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | | |
|-------------|--|----|
| Gambar 5.14 | Kutipan berita mengenai kerjasama PT Perkebunan Nusantara V dengan BBKSDA Riau..... | 89 |
| Gambar 5.15 | Halaman Facebook PT Perkebunan Nusantara V..... | 90 |
| Gambar 5.16 | Halaman Twitter PT Perkebunan Nusantara V | 91 |
| Gambar 5.17 | Halaman Instagram PT Perkebunan Nusantara V | 91 |
| Gambar 5.18 | Kutipan berita mengenai penyaluran dana ke masyarakat guna perbaikan jalan oleh PT Perkebunan Nusantara V | 94 |
| Gambar 5.19 | Bantuan Dana CSR Rp. 200.000.000 untuk Sekolah Dasar Desa Pulo Raya Kab. Rokan Hulu oleh PT Perkebunan Nusantara V | 95 |
| Gambar 5.20 | Penyaluran Dana kepada 18 UKM di Kec. Tambang dan Kec. Pemberhentian Raja, Kab. Kampar oleh PT. Perkebunan Nusantara V | 95 |

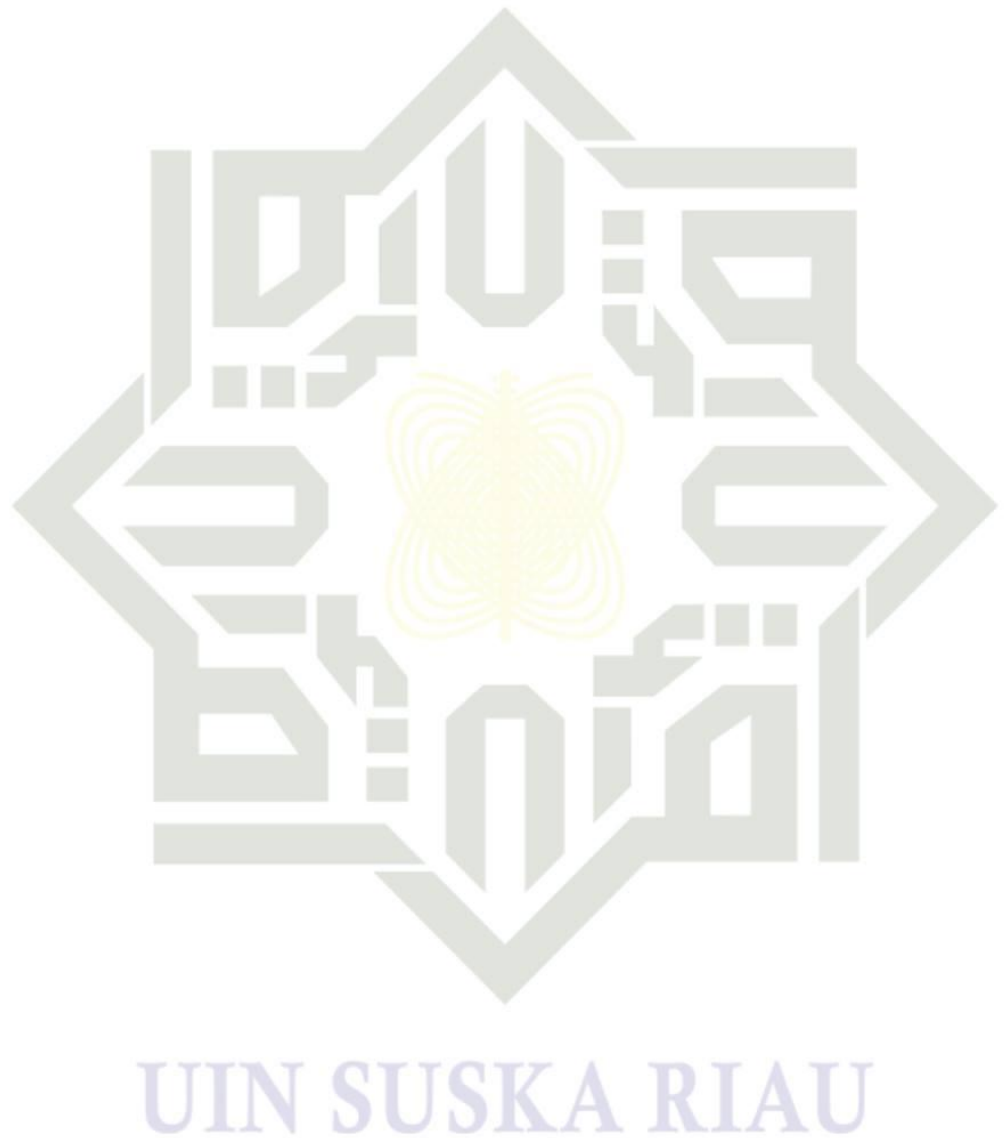
UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| Lampiran I Hasil Dokumentasi | 108 |
| Lampiran II Pedoman Wawancara Dan Kisi-Kisi Instrumen Penelitian | 110 |



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era global yang serba canggih saat ini, humas menjadi salah satu bagian penting dalam suatu perusahaan. Peran humas diperlukan untuk menunjang operasional perusahaan, beragam informasi dibutuhkan untuk secepat mungkin diakses oleh publik nya. Bisa dikatakan bahwa humas sebagai salah satu ujung tombak disuatu perusahaan guna melayani kepentingan masyarakat luas. Dan bukan hanya itu, humas berperan untuk membangun citra positif perusahaan, menjalin hubungan yang harmonis dengan publik dan menyelesaikan krisis yang terjadi.¹

Dalam menjalankan tugasnya, humas harus memiliki strategi-strategi yang matang agar segala fungsi operasional perusahaan bisa berjalan dengan sebaik-baiknya. Strategi humas yang dibangun tidak hanya untuk membangun citra positif, tetapi citra positif yang telah dibangun perlu dipertahankan, karena jelas berpengaruh langsung terhadap reputasi perusahaan tersebut. Membuat rencana, melakukan persiapan-persiapan, melakukan aksi dan komunikasi dan terakhir melakukan evaluasi merupakan strategi manajemen yang bisa dilakukan oleh humas suatu perusahaan.²

PT. Perkebunan Nusantara V merupakan anak perusahaan PTPN Group yang bergerak dibidang perkebunan. Dengan kantor utama PT. Perkebunan Nusantara V terletak di Jl. Rambutan No. 43, Sidomulyo Timur, Kec. Marpoyan Danai Kota Pekanbaru ini merupakan kantor terluas selingkungan PTPN Group. Wilayah operasional PT. Perkebunan Nusantara V tersebar di berbagai wilayah Riau yakni Kabupaten Kampar, Kabupaten Siak. Kabupaten Indragiri Hulu, Kabupaten Rokan Hulu, dan Kabupaten Rokan Hilir.

¹ Agnes Datuela, "Strategi Public Relations Pt. Telkomsel Branch Manado," *Acta Diurna* 2, No. 1 (2013): 15.

² Sisilia Herlina, "Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintahan Di Kota Malang," *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 4, No. 3 (2015): 8.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Saat ini PT. Perkebunan Nusantara V sedang berada di tahap perencanaan *Initial Public Offering* (IPO), sejak Maret 2019 perusahaan ini sudah memutuskan akan melakukan berbagai perencanaan dan persiapan untuk melakukan *Initial Public Offering* (IPO). Dengan harapan bahwa di semester kedua tahun 2020 PTPN V bisa melaksanakan IPO tersebut. Tentu dalam tahap ini diperlukannya berbagai riset dan mempelajari situasi serta kondisi untuk menentukan kapan akan melaksanakan IPO tersebut.

Penulis melakukan wawancara awal di PT. Perkebunan Nusantara V pada tanggal 15 Januari 2020 dengan Staf Humas PT. Perkebunan Nusantara V. Hasil wawancara tersebut, humas mengatakan “Humas PT. Perkebunan Nusantara V sedang persiapan IPO. Rencananya di semester kedua tahun ini perusahaan akan melepas saham perdana ke publik sebanyak 30%. Perusahaan sedang mencari dana segar tanpa berhutang dan tidak menimbulkan bunga, dengan cara melepas sebagian saham perusahaan kepada publik. Sehingga nama perusahaan akan berubah menjadi PT. Perkebunan Nusantara V Tbk. Perencanaan telah dilakukan dari bulan Maret tahun lalu”.³

IPO sendiri merupakan salah satu media yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam memperoleh dana melalui pasar modal. Dengan cara perusahaan mengeluarkan surat berharga dan kemudian surat berharga atau saham yang telah dikeluarkan tersebut dijual di pasar primer yang berupa kegiatan *Initial Public Offering* (IPO) atau penawaran perdana saham perusahaan tersebut.⁴

Penawaran Umum Perdana (IPO) sering juga disebut dengan *go public* yang diatur dalam undang-undang pasar modal No. 8 tahun 1995. Dimana perusahaan yang akan melakukan IPO memiliki modal sekurang-kurangnya Rp. 3 milyar yang akan disetor sesuai dengan Peraturan Pemerintah. Persyaratan umum untuk melakukan IPO adalah mendapatkan pernyataan efektif dari Badan

³ Risky Atriansyah Staf Humas PTPNV, *Hasil Wawancara* (PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru, 2020).

⁴ Eliya Isfaatun And Atika Jauharia Hatta, “Analisis Informasi Penentu Harga Saham Saat *Initial Public Offering*” 15, No. 1 (2010): 9.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pengawas Pasar Modal (Bapepam). Dimana seluruh informasi dan dokumen perusahaan harus disampaikan dan akan diperiksa oleh Bapepam.⁵

Penetapan harga saham perdana pada saat IPO sangat sulit, karena tidak adanya harga pasar sebelumnya yang dapat diobservasi untuk dipakai sebagai penetapan penawaran. Oleh karena itu, pengamatan dan analisis situasi sangat diperlukan pada saat melakukan perencanaan IPO. Dan juga pada saat inilah humas diperlukan dalam melakukan tugasnya untuk mempertahankan citra dan reputasi perusahaan. Yang diharapkan bahwa publik yang akan menjadi investor bisa mempercayakan dana nya untuk membeli saham perusahaan.

Humas PT. Perkebunan Nusantara V berperan aktif dalam mendukung perencanaan *Initial Public Offering* (IPO), dimana humas berfungsi untuk mempertahankan dan menaikkan citra perusahaan dengan berbagai strategi yang digunakannya. Saat ini, citra perusahaan yang positif sangat diperlukan agar perusahaan mudah untuk menjual produk berupa saham nya kepada publik karena publik telah percaya kepada perusahaan tersebut. Salah satu kegiatan humas yang bisa menaikkan citra perusahaan adalah memberikan informasi perusahaan yang bersifat positif dan harus semenarik mungkin. Tentu untuk menarik perhatian publik, diperlukannya berbagai strategi agar harapan lancarnya kegiatan IPO dan lakunya saham perusahaan yang ditawarkan akan terjadi.

Maka dari itu penelitian mengenai strategi humas ini menarik karena untuk mengetahui bagaimana strategi humas PTPN V dalam mendukung perencanaan *Initial Public Offering* (IPO) yang dimana diperlukannya berbagai strategi agar kegiatan tersebut bisa berjalan dengan lancar dan sukses. Strategi humas diberbagai perusahaan yang melakukan perencanaan IPO tentu berbeda, maka dari itu penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan mengenai apa saja yang dilakukan humas dan bagaimana strateginya dalam mendukung perusahaan yang akan melakukan *Initial Public Offering* (IPO).

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk meneliti Bagaimana “STRATEGI HUMAS DALAM Mendukung

⁵ Sautma Ronni Basana, “Problema Anomali Dalam Initial Public Offering (Ipo),” *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 5, No. 2 (2003): 181–92.

PERENCANAAN *INITIAL PUBLIC OFFERING* (IPO) DI PT. PERKEBUNAN NUSANTARA V PEKANBARU”

B. Penegasan Istilah

1. Strategi adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Menurut Setiawan perencanaan merupakan rencana-rencana yang dibuat untuk mencapai tujuan.⁶ Bennett (1996) menggambarkan strategi sebagai arah yang dipilih organisasi untuk diikuti dalam mencapai misinya.⁷
2. Hubungan Masyarakat (Humas) adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan-kebijaksanaan dan prosedur-prosedur seorang individu maupun sebuah organisasi berdasarkan kepentingan publik, dan menjalankan suatu program untuk mendapatkan pengertian dan penerimaan publik.⁸
3. *Initial Public Offering* (IPO) adalah sebuah proses yang dilakukan perusahaan untuk mendapatkan dana dari publik dimana dana dapat digunakan untuk mendanai ekspansi perusahaan dan biasanya harus memenuhi undang-undang tentang penawaran saham ke publik dimana di Indonesia yaitu UU No. 8 Tahun 1995 tentang pasar modal.⁹
4. PT. Perkebunan Nusantara V merupakan BUMN Perkebunan yang didirikan tanggal 11 Maret 1996 sebagai hasil konsolidasi dari kebun pengembangan PTP II, PTP IV dan PTP V di Provinsi Riau. Yang berfokus pada bidang perkebunan sawit dan karet¹⁰.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalahnya adalah bagaimana strategi humas dalam mendukung

⁶ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), 300.

⁷ Sandra Oliver, *Strategi Public Relations* (Indonesia: PT Gelora Aksara Pratama, 2016), 2.

⁸ Frazier Moore, *Humas Membangun Citra Dengan Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), 6.

⁹ Adler Haymans Manurung, *Initial Public Offering (IPO): Konsep, Teori Dan Proses* (Jakarta: PT Adler Manurung Press, 2013), 1.

¹⁰ “Tentang Perusahaan PTPN V (Persero),” accessed January 24, 2020, <http://bumn.go.id/ptpn5/halaman/41/tentang-perusahaan.html>.

perencanaan *Initial Public Offering* (IPO) di PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi humas dalam mendukung perencanaan *Initial Public Offering* (IPO) di PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru.

2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Akademis

- 1) Untuk mengetahui bagaimana Strategi Humas PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru dalam mendukung perencanaan *Initial Public Offering* (IPO).
- 2) Sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SUSKA RIAU.

b. Kegunaan Praktis

- 1) Sebagai bahan informasi dan masukan kepada PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru.
- 2) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khasanah ilmu pengetahuan dan Ilmu komunikasi khususnya budaya yang terdapat di sebuah perusahaan sebagai bagian dari proses belajar sehingga dapat memahami aplikasi teori-teori yang telah diperoleh di bangku kuliah.
- 3) Untuk menambah wawasan pembaca pada umumnya dan penulis pada khususnya mengenai permasalahan dalam penelitian ini.

E. Sistematika Penelitian

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar Belakang, Penegasan Istilah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Sistematika Penelitian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Bab ini membahas tentang Kajian Teori, Kajian terdahulu dan Kerangka Pikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas tentang Jenis dan Pendekatan Penelitian, Lokasi Dan Waktu Penelitian, Sumber Data, Informan Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Validitas Data, Teknik Analisis Data

BAB IV : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Bab ini membahas gambaran umum tentang PT Perkebunan Nusantara V

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisikan hasil dari penelitian yang dilakukan di lapangan dan pembahasan.

BAB VI : PENUTUP

Merupakan penutup dari pembahasan bab sebelumnya dan mengemukakan kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERFIKIR

A. Kajian Terdahulu

Sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian dan untuk menghindari duplikasi pada desain dan temuan dalam penelitian ini maka dicantumkan beberapa penelitian terdahulu. Selain itu dengan mengenal penelitian terdahulu, maka sangat mudah membantu peneliti dalam memilih dan mendapatkan konsep penelitian yang sesuai karena peneliti memperoleh gambaran dan perbandingan dari penelitian yang telah dilaksanakan. Berikut adalah penelitian yang relevan dengan penelitian penulis:

Penelitian yang pertama adalah penelitian yang dilakukan oleh Risma Niswaty, Sri Wulandari, Sirajuddin Saleh, dan Muh. Rizal S. pada tahun 2018 dengan judul *“Strategi Humas Universitas Negeri Makassar Dalam Meningkatkan Citra Positif Masyarakat”* yang bertujuan untuk mengetahui Strategi Humas Universitas Negeri Makassar dalam meningkatkan citra positif Universitas Negeri Makassar di masyarakat. Metode yang digunakan peneliti adalah metode deskriptif kualitatif. Teori dan konsep penelitian yang digunakan adalah teori Rosady Ruslan, melalui pendekatan manajemen yaitu, pendekatan operasional, pendekatan persuasif dan edukatif, pendekatan tanggung jawab sosial dan pendekatan kerjasama. Dan hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Universitas Negeri Makassar melakukan strategi yang sesuai dengan tujuan Universitas Negeri Makassar diantaranya, berusaha menciptakan iklim yang kondusif antara institusi dengan publik untuk tujuan bersama, melakukan pendekatan yang persuasif dan edukatif dengan publik, berusaha menciptakan komunikasi dua arah dengan menyebarkan informasi dari institusi kepada pihak publik yang bersifat mendidik dan memberikan penerangan, dan juga berupaya membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan berbagai kalangan,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

baik hubungan kedalam maupun hubungan keluar untuk meningkatkan kerjasama.¹¹

Penelitian yang kedua dilakukan oleh Zakirah Azman, Mohd Arif Maulana dan Rahmat Saleh pada tahun 2019 dengan judul “*Strategi Humas Dinas Pariwisata Kota Banda Aceh dalam Membangun Banda Aceh Sebagai Kota Pariwisata (Studi Pada Dinas Pariwisata Banda Aceh)*” yang bertujuan untuk mengetahui Strategi yang dilakukan Humas Dinas Pariwisata Kota Banda Aceh dalam membangun Banda Aceh sebagai Kota Pariwisata. Metode yang digunakan peneliti adalah metode deskriptif kualitatif. Konsep dan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori perencanaan oleh Charles Berger yang memaparkan tahapan-tahapan perencanaan yaitu Identifikasi Persoalan, Perumusan Tujuan Umum dan Khusus, Proyeksi Keadaan di Waktu Mendatang, Pencarian Hipotesa yang Kemungkinan Terjadi dan Penyusunan. Dari konsep tersebut, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan adalah menyusun program tahunan dalam wadah Chairming Kota Banda Aceh, melakukan kerjasama dengan pemerintah Kabupaten Kota di sekitaran Kota Banda Aceh, melakukan kerjasama dengan travel-travel perjalanan baik di tingkat Regional, Nasional dan Internasional, serta juga melakukan promosi melalui media sosial *Instagram* dan juga penggunaan website resmi untuk memberi informasi seputaran pariwisata yang ada di Kota Banda Aceh.¹²

Penelitian yang ketiga dilakukan Eko Septian Saputra dan Nurdin pada tahun 2019 dengan judul “*Strategi Humas dalam Meningkatkan Pemahaman Masyarakat Terhadap Asuransi Kecelakaan Lalu-Lintas Jalan dan Penumpang Umum Pada PT. Jasa Raharja Cabang Riau*” yang bertujuan untuk mengetahui strategi humas dalam meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap asuransi kecelakaan lalu-lintas jalan dan penumpang umum pada PT. Jasa Raharja cabang Riau. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Konsep dan teori

¹¹ Risma Niswaty et al., “Strategi Humas Universitas Negeri Makassar Dalam Meningkatkan Citra Positif Masyarakat,” *Jurnal Ad’ministrare* 5, no. 2 (January 14, 2019): 99, <https://doi.org/10.26858/ja.v5i2.7888>.

¹² Zakirah Azman, “Strategi Humas Dinas Pariwisata Kota Banda Aceh Dalam Membangun Banda Aceh Sebagai Kota Pariwisata (Studi Pada Dinas Pariwisata Banda Aceh),” *Jurnal Peurawi* 2, no. 2 (December 21, 2019): 46, <https://doi.org/10.22373/jp.v2i2.5888>.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

yang digunakan dalam penelitian adalah teori Rosady Ruslan yaitu melalui pendekatan operasional, pendekatan persuasif dan edukatif, pendekatan tanggung jawab sosial dan pendekatan kerjasama. Dan hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Jasa Raharja menerapkan beberapa strategi seperti sosialisasi dan program kemitraan, publikasi media, mengontrol data lalu-lintas di satlantas, dan menangani korban kecelakaan di rumah sakit. Strategi tersebut berperan meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap asuransi kecelakaan lalu-lintas jalan dan penumpang umum.¹³

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Andi Suryadi dan Julis Suriani pada tahun 2019 dengan judul “*Strategi Humas PT. PLN (PERSERO) Pekanbaru dalam Mensosialisasikan Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2009 Tentang Subsidi Listrik*” yang bertujuan untuk mengetahui strategi humas PT. PLN (Persero) Pekanbaru dalam mensosialisasikan Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2009 tentang subsidi listrik. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Konsep dan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Cutlip dan Center yaitu *Fact Finding, Planning, Communication, and Evaluation*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi Humas PT. PLN Persero Pekanbaru dilaksanakan melalui, Penemuan fakta, didapatkan dari hasil survey yang dilakukan oleh Humas PT. PLN Persero dengan mengunjungi berbagai daerah sejak disahkannya Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2009. Perencanaan, yakni, menyusun jadwal kegiatan sosialisasi, menentukan waktu dan lokasi yang tepat untuk melakukan sosialisasi, menentukan isi pesan yang akan disampaikan kepada masyarakat, menentukan anggaran pelaksanaan sosialisasi, serta membangun kerjasama dengan berbagai media. Komunikasi, dilakukan secara langsung dan tidak langsung. Evaluasi, dilakukan dengan mengadakan rapat setelah selesai sosialisasi. Dalam evaluasi ini akan dibahas sejauh mana tingkat keefektifan sosialisasi yang telah dilaksanakan oleh Humas PT. PLN Persero Pekanbaru.¹⁴

¹³ eko Septian Saputra, “Strategi Humas Dalam Meningkatkan Pemahaman Masyarakat Terhadap Asuransi Kecelakaan Lalu-Lintas Jalan Dan Penumpang Umum Pada PT. Jasa Raharja Cabang Riau,” *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi* 1, no. 4 (2019): 14.

¹⁴ Andi Suryadi and Julis Suriani, “Strategi Humas PT. PLN (Persero) Pekanbaru Dalam Mensosialisasikan Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2009 Tentang Subsidi Listrik,” *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi* 1, no. 1 (2019): 21.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Stasiun Universitas of Sultan Saifudin Kasim Riau

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Sisilia Herlina pada tahun 2015 dengan judul “*Strategi Komunikasi Humas dalam Membentuk Citra Pemerintahan di Kota Malang*” yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi *Public Relations* dan untuk mengetahui bagaimana hambatan-hambatan *Public Relations* di Bagian Humas Sekretariat Daerah Pemerintah Kota Malang dalam membentuk citra pemerintahan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Konsep dan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah menurut Steinberg tentang kegiatan *intern public relations*, dan kegiatan *ekstern public relations*. Dan hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi *Public Relations* di Bagian Humas Sekretariat Daerah Pemerintah Kota Malang adalah dengan melaksanakan dua komunikasi adalah komunikasi internal dan komunikasi external. Hambatan-hambatan *Public Relation* di Bagian Humas Sekretariat Daerah Pemerintah Kota Malang adalah sumber daya yang masih kurang memadai, besarnya biaya yang diperlukan serta kesulitan dalam kreatifitas. Untuk mencapai tujuan Humas Sekretariat Daerah Pemerintah Kota Malang dalam membentuk citra pemerintahan maka diperlukan kerja keras, disiplin yang tinggi, kemampuan dan keahlian yang profesional dalam bidang *Public Relations*.¹⁵

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Agnes Datuela pada tahun 2013 dengan judul “*Strategi Public Relations PT. Telkomsel Branch Manado dalam Mempertahankan Citra*” yang bertujuan untuk menjelaskan strategi yang digunakan oleh *Public Relations* PT. Telkomsel Branch Manado dalam mempertahankan citra perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teori dan konsep yang digunakan adalah menggunakan analisis S-W-O-T. Dan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa bahwa *public relations* PT. Telkomsel *branch* Manado telah berhasil menjalankan tugas-tugasnya dan strategi-strateginya yakni *pull*, *push* dan *passstrategy* dalam mempertahankan citra perusahaannya.¹⁶

¹⁵ Sisilia Herlina, “Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintahan Di Kota Malang,” *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 4, no. 3 (2015): 8.

¹⁶ Agnes Datuela, “Strategi Public Relations PT. Telkomsel Branch Manado,” *Acta Diurna* 2, no. 1 (2013): 15.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Anastasia Niken Santari dan Dini Maryani Sunarya dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur pada tahun 2020 dengan judul *“Strategi Humas Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan dalam Menyosialisasikan Program Indonesia Pintar Melalui Kartu Indonesia Pintar”* yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi hubungan masyarakat Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan dalam menyosialisasikan Program Indonesia Pintar melalui Kartu Indonesia Pintar. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teori dan konsep penelitian yang digunakan adalah Teori Strategic Public Relations PENCILS (*Publicity, Event, News, Community Involvement, Inform or Image, Lobbying and Negotiation, Social Responsibility*). Dan hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan oleh tim, instansi berhasil dalam menyosialisasikan Program Indonesia Pintar, terbukti dengan semakin meningkatnya dan bertambah orang yang mengetahui mengenai program tersebut dan membuat anak-anak dapat melanjutkan pendidikan dan tidak putus sekolah.¹⁷

Selanjutnya penelitian oleh Neneng Komariah, Saleha Rodiah dan M. Zaky Rakhmat pada tahun 2018 dengan judul *“Kegiatan Public Relations Sebagai Upaya Penguatan Eksistensi Perpustakaan”* yang bertujuan untuk mengkaji bagaimana implementasi strategi PENCILS. Metode penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini sama dengan penelitian Anastasia Niken Santari dan Dini Maryani Sunarya (2020), dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa Telkom University Open Library telah mengimplementasikan strategi *“pencils” of public relations* sebagai usaha penguatan eksistensinya.¹⁸

Selanjutnya penelitian oleh Suci Rahmatunisa dan Erna Febriani pada tahun 2019 dengan judul *“Strategi Public Relations Dalam Membangun Personal Branding Seniman Visual (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Public Relations*

¹⁷ Anastasia Niken Santari and Dini Maryani Sunarya, “Strategi Humas Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan Dalam Menyosialisasikan Program Indonesia Pintar Melalui Kartu Indonesia Pintar,” 2020, 12.

¹⁸ Neneng Komariah, Saleha Rodiah, and M. Zaky Rakhmat, “Kegiatan Public Relations Sebagai Upaya Penguatan Eksistensi Perpustakaan,” *Baca: Jurnal Dokumentasi Dan Informasi* 39, no. (December 17, 2018): 197, <https://doi.org/10.14203/j.baca.v39i2.431>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

State Islamic University of Sulankasim Riau

Dalam Membangun Personal Branding Muklay Sebagai Seniman Visual) ” yang bertujuan untuk bagaimana strategi *public relations* yang ditinjau dari strategi PENCILS untuk membangun *personal branding*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif naratif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini sama dengan penelitian Neneng Komariah, Saleha Rodiah dan M. Zaky Rakhmat (2018), dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa Muklay telah membangun *personal branding* sebagai seniman visual melalui publikasi, *event*, berita, berhubungan dengan komunitas, berhubungan dengan media, lobi dan negosiasi, dan mengikuti kegiatan sosial. Strategi PENCILS tersebut terbukti berhasil dengan luasnya relasi Muklay dengan banyak khalayak yang memiliki latar belakang yang berbeda, bukan hanya di bidang seni.¹⁹

Terakhir adalah penelitian oleh Umaimah Wahid dan Anggun Eka Puspita pada tahun 2017 dengan judul “Upaya Peningkatan Brand Awareness PT. Go-Jek Indonesia Melalui Aktivitas Marketing Public Relations” yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran *public relations* dalam meningkatkan kesadaran masyarakat atas PT. Go-Jek. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif naratif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini sama dengan penelitian Suci Rahmatunisa dan Erna Febriani (2019) dimana hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT. Go-Jek melaksanakan strategi PENCILS untuk menunjukkan upaya yang serius dan sungguh-sungguh dengan memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen agar kesadaran merek PT. Go-Jek semakin kuat di masyarakat.²⁰

Perbedaan penelitian-penelitian diatas dengan penelitian yang akan dilakukan adalah berbeda topik, fokus penelitian, tempat penelitian, dan beberapa teori yang digunakan. Sedangkan persamaan penelitian-penelitian diatas dengan penelitian yang akan dilakukan adalah metode yang akan digunakan yaitu metode

¹⁹ Suci Rahmatunisa and Erna Febriani, “Strategi Public Relations Dalam Membangun Personal Branding Seniman Visual (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Public Relations Dalam Membangun Personal Branding Muklay Sebagai Seniman Visual),” *Jurnal Komunikasi* 16, no. 2 (2019): 8.

²⁰ Umaimah Wahid and Anggun Eka Puspita, “Upaya Peningkatkan Brand Awareness PT. Go-Jek Indonesia Melalui Aktivitas Marketing Public Relations,” *Jurnal Komunikasi* 9, no. 1 (August 9, 2017): 31, <https://doi.org/10.24912/jk.v9i1.265>.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

deskriptif kualitatif dan persamaan teori strategi Public Relations PENCILS oleh Thomas L. Harris yang akan digunakan sekaligus menjadi konsep penelitian yang akan dilakukan.

B. Kajian Teori

1. Strategi

a. Definisi Strategi

Kata “Strategi” berasal dari bahasa Yunani “strategos” yang menunjuk pada keseluruhan peran komando seperti komando umum militer. Dalam ruang lingkup bisnis, strategi menentukan arah dan lingkup suatu pengembangan organisasi dan bagaimana cara mencapai strategi yang kompetitif.²¹

Strategi menurut J I Thomson (1995) adalah cara untuk mencapai hasil akhir, dimana hasil akhir tersebut merupakan tujuan dan sasaran organisasi. Ada strategi kompetitif dan strategi fungsional dalam organisasi, strategi kompetitif untuk aktivitas dan strategi fungsional untuk mendukung aktivitas-aktivitas tersebut. Sedangkan strategi menurut Stephen Robbins (1990) adalah “penentuan tujuan jangka panjang perusahaan dan memutuskan arah tindakan serta mendapatkan sumber-sumber yang diperlukan untuk mencapai tujuan”.²²

Ahmad S. Adnan Putra, pakar humas naskah workshop yang berjudul, “Public Relations Strategi” mengatakan bahwa strategi adalah:

“Bagian terpadu dari suatu rencana (*plan*), rencana merupakan produk dari suatu perencanaan (*planing*) yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari manajemen. Sebagaimana dijelaskan sebelumnya, *Public Relations* bertujuan untuk menegaskan dan mengembangkan suatu citra yang menguntungkan (*favourable image*) bagi organisasi, perusahaan atau produk dan jasa terhadap pihak yang

²¹ Keith Butterick, *Pengantar Public Relations: Teori Dan Praktik* (Jakarta: PT Rineka Grafindo Persada, 2012), 153.

²² Morissan, *Manajemen Public Relations Strategi Menjadi Humas Profesional*, 2008, 152.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta dimiliki UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Saifuddin Kasim Riau

berkepentingan (*Stokholder*) sebagai sasaran yang terkait yaitu public internal dan eksternal.”²³

Dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan suatu cara yang direncanakan dengan perhitungan-perhitungan yang matang dan biasanya disusun untuk jangka panjang agar suatu tujuan tercapai dengan baik.

b. Kriteria Strategi

Langkah-langkah *strategic management* menurut Pearce dan Robinson sebagai berikut²⁴:

- 1) Menentukan misi (*mission*) perusahaan. Termasuk didalamnya pernyataan yang umum tentang maksud pendirian (*purpose*), filosofi, dan sasaran (*goals*) perusahaan.
- 2) Mengembangkan profil perusahaan (*company profile*) yang mencerminkan kondisi internal perusahaan dan kemampuan yang dimilikinya.
- 3) Penilaian akan lingkungan eksternal perusahaan, baik secara umum maupun semangat kompetitif.
- 4) Analisis mengenai peluang yang tersedia dari lingkungan yang bisa menimbulkan pilihan-pilihan.
- 5) Identifikasi atas pilihan yang diinginkan yang tidak dapat digenapi untuk memenuhi tuntutan misi perusahaan.
- 6) Pemilihan strategi atas *objective* jangka panjang perusahaan dan garis besar strategi yang dibutuhkan untuk mencapai *objective* tersebut.
- 7) Mengembangkan *objective* tahunan dan membuat rencana jangka pendek yang selaras dengan *objective* jangka panjang dan garis besar strategi.
- 8) Impelementasi atas hasil hal-hal diatas dengan menggunakan sumber yang tercantum pada anggaran (*budget*) dan menyelaraskan rencana tersebut dengan sumber daya manusia, struktur, teknologi dan sistem balas jasa yang memungkinkan.

²³ Rosady Ruslan, *Manajemen Humas Dan Manajemen Komunikasi Konsepsi Dan Aplikasi* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 1999), 123.

²⁴ Soleh Soemirat and Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relations* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), 92.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Jenis Jenis Strategi²⁵

Jenis jenis strategi menurut Anshori (2014) terbagi menjadi lima bagian:

- 1) Klasifikasi berdasarkan ruang lingkup
Strategi ini merupakan strategi utama (induk). Strategi ini bisa dirumuskan lebih sempit seperti strategi program dan dapat dirancang sebagai sub strategi.
- 2) Klasifikasi berdasarkan tingkat organisasi
Strategi dibagi menjadi jumlah-jumlah divisi didalam perusahaan, bisa menjadi strategi kantor pusat dan strategi divisi.
- 3) Klasifikasi berdasarkan sumber material dan bukan material
Strategi sumber material bersifat fisik mengenai penggunaan tenaga kerja manajer, tenaga ilmunan dan lain sebagainya. Sedangkan strategi yang berasal dari bukan material berkaitan dengan gaya manajemen, gaya berpikir atau falsafah tentang hal yang merupakan sikap sebuah instansi pada tanggung jawab sosial perusahaan.
- 4) Klasifikasi berdasarkan tujuan atau fungsi
Misalnya tujuan perusahaan tersebut adalah pertumbuhan ada banyak strategi yang bisa dipilih untuk menjamin pertumbuhan tersebut.
- 5) Strategi pribadi pimpinan
Strategi ini bersifat mendasar, biasanya tidak tertulis dan ini merupakan kerangka untuk mengembangkan strategi instansi.

2. Humas

a. Defenisi Humas

²⁵ "Pengertian Strategi Menurut Para Ahli, Proses Dan Jenis Strategi Terlengkap," accessed February 18, 2020, <https://www.pelajaran.co.id/2017/18/pengertian-strategi-menurut-para-ahli-proses-dan-jenis-strategi.html>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Cutlip- Center-Broom humas merupakan,

“the planned effort to influence opinion through good character and responsible performance, based on mutually satisfactory two-way communications (usaha terencana untuk mempengaruhi pandangan melalui karakter yang baik serta tindakan yang bertanggung jawab, berdasarkan atas komunikasi dua arah yang saling menguntungkan).”²⁶

Definisi yang lebih spesifik menurut *Public Relations News* yang menekankan tanggung jawab khususnya humas:

“Humas adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan-kebijaksanaan dan prosedur-prosedur seorang individu atau sebuah organisasi berdasarkan kepentingan publik dan menjalankan suatu program untuk mendapatkan pengertian dan penerimaan publik.”²⁷

Menurut pakar ilmu komunikasi di Indonesia (Dosen Fikom Unpad) yaitu Dr. Jalaludin Rahmat dan Dr. Dedy Mulyana, MA, humas adalah:

“Humas atau *public relations* senantiasa berkenaan dengan kegiatan penciptaan pemahaman melalui pengetahuan. Melalui kegiatan-kegiatan tersebut diharapkan akan muncul suatu dampak, yakni berupa perubahan yang positif. Dengan demikian, humas adalah suatu bentuk komunikasi yang berlaku terhadap semua jenis organisasi, baik itu bersifat komersial maupun non komersial, pemerintah maupun pihak swasta.”²⁸

Terdapat begitu banyak definisi humas, namun intinya humas atau PR adalah sebuah kegiatan komunikasi dua arah dengan publiknya menggunakan kebijaksanaan dalam pelaksanaannya dengan harapan terciptanya sebuah

²⁶ Morissan, *Manajemen Public Relations Strategi Menjadi Humas Profesional*, 2008, 7.

²⁷ Frazier Moore, *Humas Membangun Citra Dengan Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), 6.

²⁸ T. May Rudy, *Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat Internasional* (Bandung: PT Remaja Aditama, 2005), 78.

pengertian, simpati dan pemahaman yang sama antara organisasi dan publiknya agar tercapainya tujuan yang baik antara keduanya.

b. Tugas Pokok Humas

Inti tugas humas ialah sinkronisasi antara informasi dari perusahaan dengan reaksi, tanggapan, dan pendapat publik sehingga mencapai suasana akrab, saling pengertian dan tercapainya suasana yang menyenangkan dalam interaksi perusahaan dengan publiknya.²⁹

Berikut adalah sepuluh kategori yang mengikhtisarkan pekerjaan spesialis hubungan masyarakat.³⁰

1) Menulis dan Menyunting.

Kegiatan ini bisa berupa; menyusun siaran pers cetak dan siar, newsletter untuk karyawan dan stakeholder eksternal, cerita khusus, korespondensi, pesan website dan media online lainnya, pidato, brosur, naskah film dan tayangan slide, laporan pemegang saham dan laporan tahunan, artikel publikasi dagang, iklan kelembagaan, serta produk dan bahan kolateral teknis.

2) Menjadi Penghubung Media dan Pemuatan.

Kegiatan ini bisa berupa; menghubungi media berita, majalah, suplemen Minggu, penulis lepas, dan publikasi dagang agar mereka memuat atau menayangkan berita dan feature tentang atau dari organisasi stakeholder bersangkutan. Menanggapi permintaan media akan informasi, bukti cerita dan akses dengan sumber yang berwenang.

3) Melakukan Penelitian.

Kegiatan ini bisa berupa; mengumpulkan informasi tentang opini publik, kelompok minat khusus, kecenderungan, isu yang muncul, liputan media, iklim dan legislasi politik, dan kepentingan lainnya yang berkaitan dengan stakeholder organisasi. Mencari di internet, layanan online, dan database

²⁹ Kustadi Suhandang, *Public Relations Perusahaan Kajian, Program Impelementasi* (Bandung: Nuansa, 2004), 73.

³⁰ Scott M. Cutlip, Allen H. Center, and Glen M. Broom, *Effective Public Relations Merancang Dan Melaksanakan Kegiatan Kehumasan Dengan Sukses* (Indonesia: PT Tunas Jaya Lestari, 2009), 31.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

elektronik pemerintah. Membuat rancangan penelitian program, mengadakan survey dan menyewa kantor penelitian.

4) Mengatur Manajemen dan Administrasi.

Kegiatan ini bisa berupa; membuat program dan perencanaan melalui kerja sama dengan manajer lainnya, menentukan prioritas, menetapkan kebutuhan, menentukan sasaran menetapkan publik, dan tujuan, serta mengembangkan taktik dan strategi. Mengelola personil, anggaran, dan jadwal program.

5) Melakukan Konseling.

Kegiatan ini bisa berupa; memberi saran bagi manajemen puncak seputar lingkungan sosial, ekonomi, politik, dan peraturan. Berkonsultasi dengan tim manajemen mengenai cara menolak atau menanggapi krisis. Bekerja dengan pengambil keputusan kunci untuk merancang strategi mengelola atau menanggapi isu yang kritis dan sensitif.

6) Menyelenggarakan Kegiatan Khusus.

Kegiatan ini bisa berupa; mengatur dan mengelola konferensi pers, lomba lari 10-K, konvensi, openhouse, pengguntingan pita dan grand opening, perayaan hari jadi, kegiatan pengumpulan dana, kunjungan orang-orang penting, kontes, program pemberian penghargaan, dan peristiwa khusus lainnya.

7) Berpidato.

Kegiatan ini bisa berupa; berbicara didepan kelompok, memberi bimbingan untuk tugas bicara, dan mengelola biro pembicara untuk menyediakan mimbar bagi organisasi didepan pendengar penting.

8) Berproduksi.

Kegiatan ini bisa berupa; menciptakan komunikasi dengan menggunakan pengetahuan dan keterampilan multimedia, termasuk seni, tipografi, fotografi, tata letak, dan desktop publishing computer, merekam dan menyunting audio dan video, serta menyiapkan presentasi audiovisual.

9) Memberi Pelatihan.

Kegiatan ini bisa berupa; menginstruksi organisasi lainnya untuk memperbaiki keterampilan menulis dan berkomunikasi. Membantu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

memperkenalkan perubahan dalam struktur, kebijakan, budaya, dan proses organisasi.

10) Melakukan Kontak.

Kegiatan ini bisa berupa; memberi layanan sebagai penghubung dengan komunitas, media, serta kelompok internal dan eksternal lainnya. Mendengar, menegosiasi, mengelola konflik, dan mencapai kesepakatan sebagai mediator antara organisasi dan stakeholder pentingnya. Menemui dan menghibur tamu dan pengunjung sebagai tuan rumah.

c. Fungsi dan Tujuan Humas

Sebagai fungsi manajemen, fungsi humas melekat dan tidak lepas dari manajemen organisasi. Tujuannya adalah membentuk *goodwill*, toleransi (*tolerance*), saling kerja sama (*mutual symbiosis*), saling mempercayai (*mutual confidence*), saling pengertian (*mutual understanding*), dan saling menghargai (*mutual appreciation*). Selain itu juga untuk memperoleh prinsip-prinsip hubungan yang harmonis, baik hubungan kedalam (*internal relations*) maupun hubungan ke luar (*external relations*).³¹

Menurut Firsan Nova, tujuan kegiatan humas dapat dikelompokkan sebagai berikut:³²

1) *Performance Objective*

PR merupakan kegiatan komunikasi untuk mempresentasikan citra perusahaan kepada publiknya (*stakeholders*), melaksanakan serangkaian kegiatan untuk membentuk dan memperkaya identitas dan citra perusahaan dimata *stakeholders*.

2) *Support of Consumer Market Objective*

Kegiatan PR dapat digunakan untuk mengidentifikasi permasalahan yang timbul sehubungan dengan kegiatan komunikasi yang dilaksanakan oleh perusahaan dengan menitikberatkan pembahasan pada identifikasi tingkat kesadaran konsumen, sikap dan persepsi konsumen terhadap produk tayangan

³¹ Firsan Nova, *Crisis Public Relations "Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, Dan Reputasi Perusahaan"* (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2011), 57.

³² Nova., 52-53.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

yang ditawarkan perusahaan. Hasil identifikasi tersebut kemudian dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan perusahaan untuk menerapkan strategi pendekatan yang sesuai.

d. Peranan Humas

Menurut Firsan Nova dalam bukunya *Crisis Public Relations*, humas mempunyai beberapa peranan di dalam suatu organisasi, yaitu:

1) Penasehat Ahli (*Expert Precriber*)

Seorang pakar humas yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencari solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya.

2) Fasilitator Komunikasi (*Communication Facilitator*)

Dalam hal ini, praktisi humas bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya.

3) Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (*Problem Solving Process Fasilitator*)

Peranan praktisi humas dalam proses pemecahan persoalan humas ini merupakan bagian dari tim manajemen. Hal ini dimaksudkan untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasehat (*adviser*) hingga mengambil tindakan eksekusi (keputusan) dalam mengatasi persoalan atau krisis yang tengah dihadapi secara rasional dan profesional.

4) Teknisi Komunikasi (*Communication Technician*)

Peranan *communication technician* ini menjadikan praktisi PR sebagai *journalist in resident* yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi atau yang dikenal dengan *method of communication*.³³

3. Strategi Humas

Perencanaan strategis dalam hubungan masyarakat melibatkan pengambilan keputusan tentang tujuan dan sasaran program, pengenalan publik utama, penetapan kebijakan atau aturan untuk menjadi pedoman pemilihan

³³ Nova, 58-59.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta dimiliki UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

strategi dan penentuan strategi. Harus ada hubungan yang dekat antara keseluruhan tujuan program, sasaran untuk ditetapkan bagi setiap publik, dan strategi untuk dipilih. Kuncinya adalah bahwa strategi dipilih untuk mewujudkan hasil tertentu sesuai dengan tujuan dan sasaran organisasi.³⁴

Setiap strategi humas harus menerapkan prosedur yang dilaksanakan oleh mereka yang bertanggung jawab atas hubungan dengan masyarakat setempat. Pedoman dan prosedur tidak harus berupa peraturan yang kaku karena harus mengikuti situasi yang sedang terjadi. Nasihat dan bimbingan akan mendorong partisipasi serta aktivitas mereka mewakili perusahaan dan pada saat yang sama juga akan menciptakan konsistensi citra serta tindakan, dimana perusahaan beroperasi.

Proses fungsi humas menurut Cutlip dan Center sepenuhnya mengacu kepada pendekatan manajerial. Dan proses tersebut terdiri dari *fact finding*, *planning*, *communication*, dan *evaluating*. Kemudian Kasali mengadaptasinya menjadi pengumpulan fakta, definisi permasalahan, perencanaan dan program, aksi dan komunikasi, serta evaluasi.³⁵

Sedangkan Rosady Ruslan berpendapat bahwa humas berfungsi untuk menciptakan iklim yang kondusif dalam mengembangkan tanggung jawab serta partisipasi antara praktisi humas dan masyarakat (publik sebagai sasaran) untuk mewujudkan tujuan bersama. Fungsi tersebut dapat diwujudkan melalui beberapa aspek-aspek pendekatan sebagai berikut:

a. Strategi Operasional

Melalui pelaksanaan program humas yang dilakukan dengan pendekatan kemasyarakatan (*sociologi approach*), melalui mekanisme sosial kultural dan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat dari opini publik atau kehendak masyarakat terekam pada setiap berita atau surat pembaca dan lain sebagainya yang dimuat di berbagai media massa. Artinya pihak humas

³⁴ Scott M. Cutlip, Allen H. Center & Glen M. Broom, *Effective Public Relations Merancang dan Melaksanakan Kegiatan Kehumasan dengan Sukses*, (Indonesia: PT. Tunas Jaya Lestari, 2009), 295.

³⁵ Soleh Soemirat dan Ardianto Elvinaro, *Dasar Dasar Public Relations*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), 90.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

mutlak bersikap, berkemampuan untuk mendengarkan (*listening*), dan bukan sekadar mendengar (*hear*) mengenai aspirasi yang ada di masyarakat, baik mengenai etika, moral maupun nilai-nilai kemasyarakatan yang dianut.

b. Pendekatan Persuasif dan Edukatif

Menciptakan komunikasi dua arah (timbang balik) dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publiknya yang bersifat mendidik dan memberikan pengetahuan, maupun dengan melakukan pendekatan persuasif, agar tercipta saling pengertian, menghargai, pemahaman, toleransi dan lain sebagainya.

c. Pendekatan Tanggung Jawab Sosial

Menumbuhkan sikap tanggung jawab sosial yang menunjukkan bahwa tujuan dan sasaran yang ingin dicapai untuk memperoleh keuntungan bersama.

d. Pendekatan Kerjasama

Berupaya membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan berbagai kalangan, baik hubungan ke dalam (*internal relation*) maupun hubungan ke luar (*eksternal relation*) untuk meningkatkan kerjasama. Humas berkewajiban memasyarakatkan misi instansi yang diwakili agar diterima atau didukung oleh masyarakat.³⁶

Model manajemen strategis humas Menurut Grunig dan Repper, yakni sebagai berikut³⁷:

- a. *Stakeholder Stage* adalah melakukan komunikasi berkelanjutan dan membangun relasi yang stabil dengan *stakeholder*.
- b. *Public Stage* adalah mengkomunikasikan kebutuhan publik dalam proses pengambilan keputusan perusahaan untuk meminimalisir terjadinya konflik.

³⁶ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi; Konsep dan Aplikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016), 142-144.

³⁷ Rachmat Kriyantono, *Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal "Aplikasi Penelitian dan Praktik"*, (Jakarta: Kencana, 2014), 118.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Saifuddin Kasim Riau

- c. *Issue Stage* adalah mengidentifikasi respon publik dan mengantisipasi isu-isu terkait perusahaan. Memonitor pemberitaan media, membangun komunikasi interpersonal dengan publik, dan lain-lain.

4. Strategi Humas PENCILS

Perencanaan strategis dalam hubungan masyarakat melibatkan pengambilan keputusan tentang tujuan dan sasaran program, pengenalan publik utama, penetapan kebijakan atau aturan untuk menjadi pedoman pemilihan strategi dan penentuan strategi. Harus ada hubungan yang dekat antara keseluruhan tujuan program, sasaran untuk ditetapkan bagi setiap publik, dan strategi untuk dipilih. Kuncinya adalah bahwa strategi dipilih untuk mewujudkan hasil tertentu sesuai dengan tujuan dan sasaran organisasi.³⁸

Strategi humas PENCILS atau yang lebih dikenal dengan bauran humas yang merupakan konsep penggabungan saluran komunikasi perusahaan yang bertujuan untuk menyampaikan pesan dan mempertahankan hubungan baik dengan publik³⁹ adalah sebagai berikut:

- a. *Publications* (Publikasi)

Suatu kegiatan humas dimana menyelenggarakan publikasi atau menyebarluaskan informasi melalui berbagai media mengenai kegiatan yang berkah diketahui oleh publik yang diharapkan memperoleh tanggapan positif dari publik.⁴⁰ Contoh kegiatannya adalah membuat tulisan yang disebarluaskan melalui media, *news letter*, artikel, dan lain-lain.⁴¹

- b. *Events* (Acara)

Suatu kegiatan humas dimana merancang sebuah event yang bertujuan untuk memperkenalkan perusahaan, berusaha mendekatkan perusahaan kepada publik dan diharapkan bisa mempengaruhi opini publik terhadap

³⁸ Cutlip, Center, and Broom, *Effective Public Relations Merancang Dan Melaksanakan Kegiatan Kehumasan Dengan Sukses*, 295.

³⁹ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi; Konsep Dan Aplikasi* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2016), 13.

⁴⁰ Rosady Ruslan, *Kiat Dan Strategi Kampanye Public Relations* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2013), 13.

⁴¹ Rachmat Kriyantono, *Public Relations Writing: Teknik Produksi Media Public Relations Dan Publisitas Korporat* (Jakarta: Prenada Media, 2012), 23.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Sharif Kasim Riau

perusahaan.⁴² Contoh kegiatannya adalah kampanye PR, seminar, pameran, launching, CSR (*Corporate Social Responsibility*), *charity*, dan lain-lain.⁴³ Biasanya event terdiri dari beberapa jenis, yaitu (1) *Calender Event – Regular Event* yang dilaksanakan rutin pada bulan tertentu sepanjang tahun, (2) *Special Event* yang dilaksanakan jika ada momentum tertentu diluar dari acara rutin kegiatan humas, (3) *Moment Event* yang dilaksanakan jika acara bersifat lebih khusus lagi dan tidak pernah dilaksanakan sebelumnya.⁴⁴

c. *News* (Berita)

Suatu kegiatan humas dimana berupaya menciptakan berita melalui *newsletter*, *press release*, *bulletin* dan lain-lain yang senantiasa mengikuti teknik penulisan 5W 1H dan sistematika penulisan piramida terbalik, dimana hal yang penting menjadi intro dan hal yang kurang penting diletakkan ditengah berita. Disini, humas harus mempunyai kemampuan menulis karena tugasnya untuk menciptakan publisitas.⁴⁵ Informasi yang diberitakan bertujuan agar diterima oleh publik dan mendapatkan respons yang positif.⁴⁶

d. *Community Involvement* (Hubungan dengan Komunitas)

Suatu kegiatan humas dalam membangun relasi dengan publik perusahaan (*stakeholders*, *stockholders*, media, masyarakat sekitar perusahaan dan lain-lain).⁴⁷ Bentuk kegiatannya bisa dengan mengadakan kontak sosial dengan kelompok masyarakat tertentu untuk menjaga hubungan baik dengan pihak organisasi atau lembaga yang mewakili.⁴⁸

e. *Inform or Image* (Memberitahu atau Meraih Citra)

Suatu kegiatan humas yang berfungsi untuk memberikan informasi atau menarik perhatian kepada publik, yang diharapkan publik akan memberikan tanggapan berupa citra positif. Mulai dari publik yang tidak tahu menjadi

⁴² Ruslan, *Kiat Dan Strategi Kampanye Public Relations*.

⁴³ Nova, *Crisis Public Relations “Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, Dan Reputasi Perusahaan.”*

⁴⁴ Ruslan, *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi; Konsep Dan Aplikasi*.

⁴⁵ Ruslan, *Kiat Dan Strategi Kampanye Public Relations*.

⁴⁶ Nova, *Crisis Public Relations “Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, Dan Reputasi Perusahaan.”*

⁴⁷ Nova.

⁴⁸ Ruslan, *Kiat Dan Strategi Kampanye Public Relations*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

tahu, setelah tahu menjadi suka, dan timbul lah citra positif dari perusahaan tersebut.⁴⁹

f. *Lobbying and Negotiation* (Teknik Lobi dan Negosiasi)

Suatu kegiatan humas berupa keterampilan untuk melobi dan kemampuan untuk bernegosiasi melalui berbagai pendekatan. Dimana bertujuan untuk mencapai kesepakatan dan memperoleh dukungan dari *stakeholders* perusahaan atau lembaga-lembaga yang berpengaruh langsung terhadap keberlangsungan perusahaan.⁵⁰

g. *Social Responsibility* (Tanggung Jawan Sosial)

Suatu kegiatan humas melalui aktivitas dalam rangka mengambil peran dalam mensejahterakan masyarakat disekitarnya yang dimana menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kepedulian terhadap masyarakat.⁵¹ Sejalan dengan dijalankan kegiatan ini, citra perusahaan akan meningkat dimana publik dan diharapkan bisa memperoleh simpati atau empati dari publiknya. Kegiatan ini bisa berbentuk seperti kepedulian terhadap banjir, memberikan beasiswa, santunan anak yatim dan keluarga kurang mampu, pengobatan gratis dll.⁵²

5. *Initial Public Offering* (IPO)

a. *Pengertian Initial Public Offering* (IPO)

Initial Public Offering (IPO) adalah suatu solusi bagi perusahaan untuk memperoleh pendaan melalui penawaran saham perusahaan kepada publik, kegiatan penawaran saham ini sering juga disebut dengan *go public*.⁵³ IPO bisa juga diartikan sebagai kegiatan pendanaan melalui mekanisme penyertaan umum yang dilakukan dengan menjual saham perusahaan kepada publik. Kegiatan ini dilakukan oleh emiten (perusahaan yang akan IPO) kepada masyarakat

⁴⁹ Ruslan.

⁵⁰ Ruslan.

⁵¹ Nova, *Crisis Public Relations "Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, Dan Reputasi Perusahaan."*

⁵² Ruslan, *Kiat Dan Strategi Kampanye Public Relations.*

⁵³ PT. Bursa Efek Indonesia, "Panduan-Go-Public.Pdf," accessed January 20, 2020, <https://www.idx.co.id>, 1.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
 UIN SUSKA RIAU
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

berdasarkan tata cara yang diatur oleh UU Pasar Modal dan Peraturan Pelaksanaannya.⁵⁴

UU Pasar Modal Undang-Undang nomor 8 Tahun 1995 mendefinisikan penawaran umum sebagai kegiatan penawaran efek yang dilakukan oleh emiten (perusahaan yang akan melakukan IPO) untuk menjual efek kepada masyarakat berdasarkan tata cara yang diatur dalam undang-undang dan peraturan pelaksanaannya. Yang dimaksud dengan efek adalah surat berharga yaitu surat pengakuan hutang, surat berharga komersial, saham, obligasi, tanda bukti hutang, unit penyertaan kontrak investasi kolektif, kontrak berjangka atas efek dan setiap derivatif dari efek.⁵⁵

Setiap perusahaan yang memutuskan untuk IPO, harus memiliki kepastian bahwa rencana tersebut akan berhasil dan betul-betul mendapatkan dana dari investor nantinya. Karena proses IPO akan memakan waktu, tenaga, dan biaya serta melalui proses yang panjang. Apalagi proses ini melibatkan banyak pihak bukan saja pimpinan perusahaan, tetapi juga pihak-pihak eksternal yaitu:

- 1) Lembaga penunjang pasar modal yang terdiri dari: penjamin emisi (*underwriter*), perantara pedagang efek (*broker*), biro administrasi efek, bank kustodian, wali amanat, penasihat investasi (*investment manager*), dan pemeringkat efek.
- 2) Profesi penunjang pasar modal yaitu: akuntan, konsultan hukum, penilai, notaris, dan profesi lain, yang ditetapkan dengan peraturan pemerintah.⁵⁶

b. Persyaratan Perusahaan Melakukan *Initial Public Offering* (IPO)⁵⁷

- 1) Badan Hukum berbentuk Perseroan Terbatas (PT) yang memiliki:
 - a) Komisaris Independen minimal 30% dari jajaran Dewan Komisaris;
 - b) Direktur Independen minimal 1 (satu) orang dari jajaran anggota Direksi;
 - c) Komite Audit;

⁵⁴ Saleh Basir and Hendry M. Fakhruddin, *Aksi Korporasi Strategi Untuk Meningkatkan Nilai Saham Melalui Aksi Korporasi* (Jakarta: Salemba Empat, 2005), 28.

⁵⁵ Basana, "Problema Anomali Dalam Initial Public Offering (Ipo)."

⁵⁶ Morissan, *Manajemen Public Relations Strategi Menjadi Humas Profesional*, 2008, 284.

⁵⁷ PT. Bursa Efek Indonesia, "Panduan-Go-Public.Pdf."

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

d) Unit Audit Internal;

e) Sekretaris Perusahaan.

2) Operasional pada *core business* yang sama > 36 bulan

3) Membukukan laba usaha pada 1 tahun buku terakhir

4) Laporan Keuangan Auditan > 3 tahun

5) Opini LK: WTP (2 tahun terakhir)

6) Aktiva Berwujud Bersih > Rp100 miliar

c. Alasan Perusahaan Melakukan *Initial Public Offering* (IPO)

Terdapat beberapa alasan perusahaan untuk mengambil keputusan IPO, biasanya alasan perusahaan tersebut adalah:

1) Perusahaan membutuhkan dana dalam jumlah besar yang tidak berbentuk hutang.

2) Perusahaan ingin menciptakan likuiditas bagi saham perusahaan.

3) Investor selain pendiri ingin menciptakan likuiditas bagi saham tersebut. Kelompok ini sering mencakup penyandang dana usaha yang telah menyediakan pendanaan awal bagi perusahaan dan ingin mendapatkan pengembalian atas investasi mereka.

4) Saham dan opsi saham perusahaan publik lebih mudah dinilai dan merupakan insentif yang menarik untuk merekrut dan mempertahankan karyawan kunci.⁵⁸

Selain itu, manfaat-manfaat akan dirasakan oleh perusahaan jika melakukan IPO bisa menjadi tolak ukur perusahaan melakukan kegiatan penawaran saham kepada publik. Manfaat-manfaat tersebut antara lain:

1) Dapat memperoleh dana yang relatif besar dan dapat diterima sekaligus. Dana yang diperoleh dari hasil IPO ini biasanya digunakan untuk pengembangan dan perluasan usaha (ekspansi), memperbaiki struktur permodalan, meningkatkan penyertaan di anak usaha atau mengakuisisi perusahaan lain, melunasi sebagian utang dan menambah modal kerja.

⁵⁸ Ken Little, *Rencana Pembelian Opsi Saham Karyawan* (Yogyakarta: ANDI, 2001), 117.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Saifuddin Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) Biaya IPO yang relatif murah.
- 3) Proses IPO yang relatif mudah.
- 4) Emiten atau perusahaan yang akan IPO akan lebih dikenal masyarakat karena kegiatan IPO merupakan media promosi.⁵⁹

d. Proses *Initial Public Offering* (IPO)

Proses IPO memiliki beberapa tahapan yang harus dilakukan oleh perusahaan, tahapan-tahapan tersebut adalah:

1) Tahap Persiapan Internal Perusahaan

Tahap paling awal yang dilakukan perusahaan adalah mengadakan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) untuk meminta persetujuan para pemegang saham dalam rangka melaksanakan IPO.⁶⁰ Selanjutnya perusahaan menyiapkan hal-hal berikut:⁶¹

- a) Penunjukan Penjamin Emisi. Perusahaan yang membantu menyiapkan dokumen, prospektus dan yang akan membeli saham jika tidak laku terjual.
- b) Profesi Penunjang: Akuntan (memeriksa laporan keuangan emiten), Notaris (membuat akta-akta perubahan dasar Anggaran Dasar, perjanjian dan notulen rapat), Konsultan Hukum (*Legal Opinion*), Penilai (menilai kewajaran aktiva perusahaan).⁶²
- c) Lembaga Penunjang: Wali Amanat, Pemeringkat Efek, Kustodian.
- d) Mempersiapkan Dokumen Pernyataan Pendaftaran (PP).
- e) Kontrak Pendahuluan Pencatatan Efek.

2) Tahap Pengajuan Pernyataan Pendaftaran

⁵⁹ Basir and Fakhrudin, *Aksi Korporasi Strategi Untuk Meningkatkan Nilai Saham Melalui Aksi Korporasi*, 29.

⁶⁰ Purwanta and Fakhrudin, *Mengenal Pasar Modal*, 30.

⁶¹ Nindyo Pramono, *Hukum PT Go Public Dan Pasar Modal* (Yogyakarta: ANDI, 2013), 35.

⁶² Basir and Fakhrudin, *Aksi Korporasi Strategi Untuk Meningkatkan Nilai Saham Melalui Aksi Korporasi*, 32.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tahap ini perusahaan menyampaikan pernyataan pendaftaran kepada Bapepam sampai pernyataan pendaftaran dinyatakan efektif.⁶³ Emiten menyampaikan pernyataan pendaftaran (rangkap 4) dan dokumen pendukungnya sesuai dengan Peraturan No. IX.A.1.⁶⁴

3) Tahap Penawaran Umum / *Initial Public Offering* (IPO)

Jika pernyataan pendaftaran telah disetujui bapepam, maka perusahaan bisa menawarkan saham secara terbuka kepada masyarakat. Kegiatan ini disebut juga dengan *Initial Public Offering* (IPO) dimana efek-efek diperdagangkan untuk pertama kalinya sebelum dicatatkan di bursa efek (pasar sekunder).⁶⁵ Investor dapat membeli saham melalui agen-agen penjual yang ditunjuk. Masa kegiatan IPO ini sekurang-kurangnya berjalan selama 3 hari kerja (masa mengisi formulir pemesanan dan penyerahan uang kepada agen penjual).⁶⁶

Minat masyarakat atas saham yang ditawarkan sangat bergantung atas *image* masyarakat atas emiten bersangkutan. Jika emiten merupakan perusahaan yang dianggap memiliki reputasi dan kinerja baik maka minat masyarakat untuk membeli saham juga tinggi. Dalam penawaran umum ini, terdapat ketentuan bahwa calon pemodal atau investor hanya dapat melakukan pemesanan pembelian saham setelah pemodal tersebut telah memperoleh prospektus atau memperoleh kesempatan untuk membaca prospektus.⁶⁷

Jika permintaan atas saham emiten selama penawaran perdana lebih besar dari jumlah saham yang tersedia, maka terjadilah kondisi kelebihan permintaan saham atau disebut juga dengan istilah *oversubscribed*, sebaliknya jika permintaan atas saham emiten selama penawaran perdana lebih kecil dari jumlah saham yang tersedia disebut dengan istilah *undersubscribed* atau terjadi kekurangan permintaan.⁶⁸

⁶³ Purwanta and Fakhruddin, *Mengenal Pasar Modal*, 31.

⁶⁴ Pramono, *Hukum PT Go Public Dan Pasar Modal*, 356.

⁶⁵ Morissan, *Manajemen Public Relations Strategi Menjadi Humas Profesional*, 2008, 289.

⁶⁶ Purwanta and Fakhruddin, *Mengenal Pasar Modal*, 31.

⁶⁷ Morissan, *Manajemen Public Relations Strategi Menjadi Humas Profesional*, 2008, 291.

⁶⁸ Morissan, 291.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Selama periode *Initial Public Offering* (IPO) berlangsung, perusahaan yang melakukan kegiatan tersebut menerima uang hasil penjualan. Setelah itu, investor bisa memperjual belikan saham di bursa efek dan perusahaan tidak lagi menerima hasil apapun dari perdagangan tersebut.⁶⁹

4) Pencatatan Saham di *Bursa Efek*

Setelah saham selesai diperjualbelikan saat IPO, maka saham-saham tersebut akan dicatatkan di Bursa Efek. Indonesia mempunyai 2 Bursa Efek, yaitu: PT Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan PT Bursa Efek Surabaya (BBS). Perusahaan dapat memilih untuk mencatatkan sahamnya pada kedua bursa efek tersebut atau salah satunya saja.⁷⁰

Investor yang ingin menjual sahamnya di bursa saham tidak dapat langsung menjual sahamnya kepada pembeli sebagaimana pasar biasa atau sebaliknya pembeli tidak dapat mencari sendiri pihak yang hendak menjual sahamnya. Jual beli saham harus melalui atau diperantarai oleh pihak lain yang disebut perantara pedagang efek (*broker/pialang*). Hal ini diperlukan agar pasar modal dapat berlangsung secara transparan dan sehat. Mereka yang berprofesi sebagai perantara pedagang efek adalah orang-orang yang sudah terdaftar di Bapepam.⁷¹

e. Keuntungan dan Konsekuensi *Initial Public Offering* (IPO)⁷²

Keputusan perusahaan menjadi perusahaan publik memiliki keuntungan dan konsekuensi tersendiri yang akan dirasakan oleh perusahaan tersebut, keuntungan dan konsekuensi yang dimaksud adalah:

- 1) Keuntungan menjadi perusahaan publik dilihat dari sudut pandang pemilik perusahaan:
 - a) Memperoleh Sumber Pendanaan Baru
 - i. Perolehan dana melalui hasil penjualan sebagian saham kepada publik melalui Penawaran Umum Perdana Saham (*Initial Public Offering*/IPO).

⁶⁹ Little, *Rencana Pembelian Opsi Saham Karyawan*, 117.

⁷⁰ Purwanta and Fakhruddin, *Mengenal Pasar Modal*, 31.

⁷¹ Morissan, *Manajemen Public Relations Strategi Menjadi Humas Profesional*, 2008, 292.

⁷² PT. Bursa Efek Indonesia, "Panduan-Go-Public.Pdf."

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Dengan cara ini, perusahaan dapat memperoleh dana dalam jumlah yang besar dan diterima sekaligus dengan *cost of fund* yang relatif lebih rendah dibandingkan perolehan dana melalui perbankan. Selain itu di masa mendatang, dengan telah menjadi perusahaan publik, perusahaan juga dapat melakukan *Secondary Offering*; sehingga perusahaan mempunyai akses dana yang tanpa batas, melalui *global fund manager*.

- ii. Mempermudah akses kepada perbankan. Dengan menjadi perusahaan publik yang sahamnya diperdagangkan di Bursa, kalangan perbankan akan dapat lebih mengenal dan percaya kepada perusahaan serta perbankan bisa mengetahui segala informasi yang diumumkan perusahaan melalui Bursa.
 - iii. Mempermudah akses perusahaan untuk masuk ke pasar uang melalui penerbitan surat utang, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Pada umumnya pembeli surat utang atau calon investor akan lebih menyukai jika perusahaan yang menerbitkan surat utang tersebut sudah menjadi perusahaan publik. Dengan menjadi perusahaan publik, citra dan nama perusahaan dengan status Tbk (Terbuka) akan lebih dikenal di komunitas keuangan.
- b) Memberikan Keunggulan Kompetitif (*Competitive Advantage*) untuk Pengembangan Usaha
- i. Melalui penjualan saham kepada publik perusahaan berkesempatan untuk mengajak para partner kerjanya seperti pemasok (*supplier*) dan pembeli (*buyer*) untuk turut menjadi pemegang saham perusahaan. Dengan demikian, hubungan yang akan terjadi tidak hanya sebatas hubungan bisnis tetapi berkembang menjadi hubungan yang lebih tinggi tingkat kualitas dan loyalitasnya.
 - ii. Dengan menjadi perusahaan publik, perusahaan dituntut oleh banyak pihak untuk dapat selalu meningkatkan kualitas kerja operasionalnya, seperti dalam hal pelayanan kepada pelanggan ataupun kepada para *stakeholders* lainnya, sistem pelaporan, dan aspek pengawasan. Dengan demikian akan tercipta suatu kondisi yang senantiasa memacu perusahaan dan seluruh karyawannya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

untuk dapat selalu memberikan hasil yang terbaik kepada para *stakeholdersnya*.

c) Melakukan *merger* atau akuisisi perusahaan lain dengan pembiayaan melalui penerbitan saham baru.

Perusahaan publik yang sahamnya diperdagangkan di Bursa, pembiayaan untuk *merger* atau akuisisi dapat lebih mudah dilakukan yaitu melalui penerbitan saham baru sebagai alat pembiayaan *merger* atau akuisisi tersebut.

d) Peningkatan Kemampuan Going Concern

Kemampuan *going concern* bagi perusahaan adalah kemampuan untuk tetap dapat bertahan dalam kondisi apapun termasuk dalam kondisi yang dapat mengakibatkan bangkrutnya perusahaan, seperti terjadinya kegagalan pembayaran utang kepada pihak ketiga, perpecahan di antara para pemegang saham pendiri, atau bahkan karena adanya perubahan dinamika pasar yang dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk tetap dapat bertahan di bidang usahanya.

e) Meningkatkan Citra Perusahaan (*Company Image*)

Dengan menjadi perusahaan publik suatu perusahaan akan selalu mendapat perhatian media dan komunitas keuangan. Hal ini memberikan keuntungan bagi perusahaan tersebut untuk mendapat publikasi secara cuma-cuma, sehingga dapat meningkatkan citranya. Peningkatan citra tersebut tentunya akan memberikan dampak positif bagi pengembangan usaha di masa depan. Hal ini sangat dirasakan oleh banyak perusahaan yang berskala kecil hingga menengah karena dengan menjadi perusahaan publik yang sahamnya diperdagangkan di Bursa, citra mereka menjadi setara dengan perusahaan besar lainnya yang telah memiliki skala bisnis yang besar dan pengalaman historis yang lama.

f) Meningkatkan Nilai Perusahaan (*Company Value*)

Dengan menjadi perusahaan publik yang sahamnya diperdagangkan di Bursa, setiap saat dapat diperoleh valuasi terhadap nilai perusahaan. Setiap peningkatan kinerja operasional dan kinerja keuangan umumnya akan mempunyai

dampak terhadap harga saham di Bursa, yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan.

2) Konsekuensi IPO

a) Berbagi Kepemilikan

Hal ini dapat diartikan bahwa persentase kepemilikan akan berkurang. Banyak perusahaan yang hendak IPO merasa enggan karena khawatir akan kehilangan kontrol/kendali perusahaan. Sebenarnya hal tersebut tidak perlu dikhawatirkan karena jumlah minimum saham yang dipersyaratkan untuk dijual kepada publik melalui proses Penawaran Umum (*Initial Public Offering/IPO*) tidak akan mengurangi kemampuan pemegang saham pendiri untuk tetap dapat mempertahankan kendali perusahaan.

b) Mematuhi Peraturan Pasar Modal yang Berlaku

Pasar modal memang menerbitkan berbagai peraturan. Namun semua ketentuan tersebut pada dasarnya justru akan membantu perusahaan untuk dapat berkembang dengan cara yang baik di masa mendatang.

C. Konsep Operasional

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori strategi humas PENCILS yang dikemukakan menurut Thomas L Haris dalam buku Firsan Nova yang berjudul *Crisis Public Relations* yaitu *Publications, Event, News, Corporate Identity, Community Involvement, Lobbying And Negotiation*, dan *Social Responsibility*.⁷³ Yang bisa dilakukan Humas PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru dalam mempersiapkan kegiatan *Initial Public iOffering* (IPO). Adapun yang menjadi indikatornya sebagai berikut:

1. Publications

- Menentukan kegiatan yang akan publikasi oleh humas,
- Menentukan waktu dan media apa yang digunakan untuk publikasi
- Menentukan media yang akan digunakan untuk kegiatan publikasi.

⁷³ Nova, *Crisis Public Relations "Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, Dan Reputasi Perusahaan."*, 54-55.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. *Event*
 - a. Menentukan kegiatan yang akan dilakukan,
 - b. Menetapkan target yang akan di capai,
3. *News* (Menciptakan berita)
 - a. Menentukan strategi apa yang digunakan
 - b. Menentukan peran dalam pembuatan berita
4. *Community involvement* (Kepedulian dengan komunitas)
 - a. Menetapkan target yang akan di capai,
 - b. Menentukan komunitas-komunitas yang akan diikutsertakan,
 - c. Menetapkan isi dan tujuan.
5. *Inform or image* (Memberitahukan atau meraih citra)
 - a. Strategi dalam mempersiapkan informasi-informasi yang menarik untuk mendapatkan tanggapan positif dari publik
 - b. Menentukan faktor pendukung
 - c. Menentukan hambatan
6. *Lobbying and Negotiation*
 - a. Menetapkan target dari proses *lobbying and negotiation*
 - b. Menentukan langkah-langkah dalam proses *lobbying and negotiation*,
7. *Social Responsibility* (Tanggung jawab sosial)
 - a. Melakukan kegiatan tanggung jawab sosial kepada masyarakat.

D. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan beberapa teori mengenai strategi humas yang telah diiliskan sebelumnya pada bab ini yang kemudian penulis kaitkan dengan strategi yang dilakukan humas PT. Pekebunan Nusantara V Pekanbaru dalam mendukung perencanaan *Initial Public Offering* (IPO), secara sederhana diiliskan melalui kerangka pikir sebagai berikut:

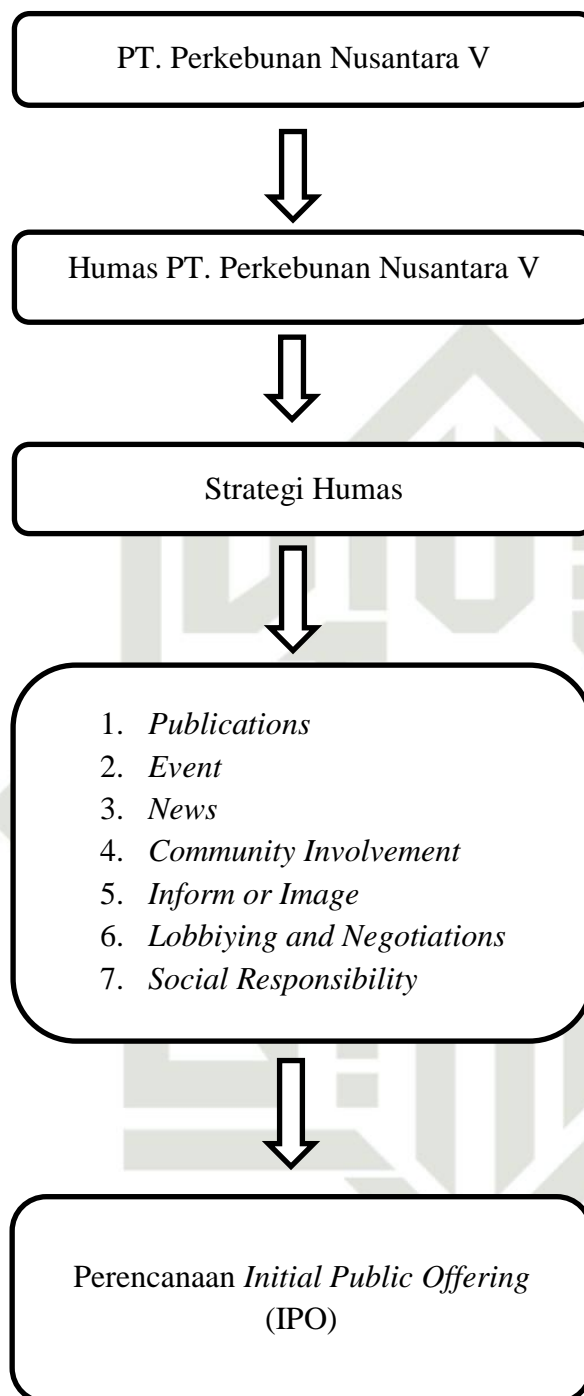
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Bagan 2.1

Kerangka Pemikiran

Sumber: Teori PENCILS Thomas L. Harris dalam Firsan Nova⁷⁴

⁷⁴ Nova, 54-55.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Adapun metode penelitian yang akan digunakan peneliti adalah metode deskriptif kualitatif yaitu menggambarkan atau melukiskan fakta-fakta yang tampak di keadaan sebenarnya yang dituliskan dengan kata-kata bukan dalam bentuk angka. Namun, peneliti nantinya hanya menggambarkan situasi dan kondisi, peneliti tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis ataupun membuat prediksi.

Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna. Makna adalah data yang sebenarnya, data yang pasti merupakan suatu nilai dibalik data yang tampak. Oleh karena itu dalam penelitian dalam penelitian kualitatif tidak menekankan pada generalisasi, tetapi lebih menekankan pada makna.⁷⁵

Pendekatan penelitian dimana data-data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar-gambar dan bukan angka. Data-data tersebut dapat diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, foto, video tape, dokumentasi pribadi, catatan, atau memo dan dokumentasi lainnya.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan di PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru yang beralamat di Jl. Rambutan No. 43 Sidomulyo, Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru, Riau. 28294 Tlp. (62-761) 666565, Fax. (62-761) 66558. Penelitian dilaksanakan pada bulan Oktober 2020 sampai dengan Januari 2021.

C. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber asli melalui media, sumber data primer dapat berupa opini subjek atau

⁷⁵ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2012), 3.

orang secara individu atau kelompok. Adapun sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi melalui Humas PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari data pembantu atau pelengkap. Data sekunder diperoleh dari data yang berbentuk laporan, catatan, buku- buku, dan dokumen serta melalui arsip-arsip di PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru, website serta buku buku referensi pustaka.

D. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi informan penelitian adalah Humas PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru dan Tim Pelaksana IPO di PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru.

Tabel 3.1
Informan Penelitian

| No | Nama | Jabatan | Keterangan |
|----|---------------------|--|-------------------|
| 1 | Risky Atriansyah | Kepala Sub Bagian Komunikasi Perusahaan dan PKBL | Informan Kunci |
| 2 | Alvin Octory Atmojo | Staff Sub Bag Hubungan Investor dan GCG | Informan Tambahan |
| 3 | Sukir Siswanto | Krani Publikasi dan Dokumentasi | Informan Tambahan |
| 4 | Anggi Ramadhani | PKWT Bagian Komunikasi Perusahaan dan Humas | Informan Tambahan |

E. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik dalam mengumpulkan data penelitian yaitu :

1. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data dimana peneliti dengan kunjungan dan pengamatan secara langsung suatu peristiwa yang sedang diteliti. Peneliti menggunakan observasi partisipasi, hal ini dikarenakan peneliti terlibat secara langsung kedalam bagian yang diteliti.⁷⁶ Observasi digunakan untuk mengamati secara dekat bagaimana strategi Humas PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru dalam aktivitas yang dilakukan.

2. Wawancara

Merupakan cara pengumpulan data melalui tanya jawab langsung dengan personil untuk mendapatkan data sesuai penelitian. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara kualitatif. Wawancara kualitatif adalah peneliti mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara lebih bebas dan leluasa, tanpa terikat oleh suatu susunan pertanyaan yang dipersiapkan sebelumnya. Tentu saja, peneliti menyimpan cadangan masalah yang perlu ditanyakan kepada informan.⁷⁷ Wawancara dilakukan kepada Humas PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru.

3. Dokumentasi

Dokumentasi ialah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis yang ada dalam bentuk surat, catatan harian, dan laporan ataupun dokumen foto, CD dan hardisk/film yang berhubungan dengan penelitian. Dokumen ialah setiap bahan tertulis ataupun film, lain dari record, yang tidak dipersiapkan karena adanya seorang penyidik.⁷⁸ Dokumentasi ini didapat dari Humas PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru.

⁷⁶ Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations Dan Komunikasi*, 221.

⁷⁷ Hamid Patilama, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2011), 68.

⁷⁸ Lexy J. Moelong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), 216.

F. Validitas Data

Validitas data disebut dengan keabsahan data sehingga instrument atau alat ukur yang digunakan akurat dan dapat dipercaya. Validitas data merupakan cara untuk membuktikan apakah penjelasan yang diberikan sesuai dengan yang sebenarnya ada dan terjadi dan apa yang diamati oleh peneliti sesuai dengan kenyataan.

Dalam mendapatkan tingkat kepercayaan atau kebenaran hasil penelitian, ada berbagai cara yang dapat dilakukan salah satunya adalah triangulasi, triangulasi bertujuan untuk mengecek data kebenaran data tertentu dengan membandingkan data yang diperoleh dari sumber lain, antara hasil dua peneliti atau lebih serta dengan membandingkan dengan menggunakan teknik yang berbeda misalnya observasi, wawancara dan dokumentasi.

Menurut Maleong, Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan pengecekan sumber lain untuk pembandingan, yaitu dengan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori dalam penelitian secara kualitatif. Artinya teknik triangulasi adalah sebagai upaya untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks pengumpulan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan, dengan kata lain bahwa peneliti dapat melakukan *check* dan *recheck* temunya dengan cara membandingkan.

Adapun macam-macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan:⁷⁹

1. Sumber

Sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif, hal itu dapat dicapai dengan membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara dan dokumentasi.

⁷⁹ Moelong, 330-331.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta dimiliki UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2. Metode

Metode yaitu mengecek derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data dan mengecek derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.

3. Penyidik

Penyidik ialah dengan jalan memanfaatkan penelitian atau pengamatan lainnya untuk keperluan pengecekan kembali derajat kepercayaan data. Pengamatan kepercayaan lainnya membantu mengurangi kemelencengan dalam pengumpulan data.

4. Teori

Teori menurut Lincoln dan Guba berdasarkan anggapan bahwa fakta tidak dapat diperiksa derajat kepercayaannya dengan satu atau lebih teori. Dipihak lain, Patton berpendapat lain yaitu bahwa hal itu dapat dilaksanakan dan hal itu dinamakannya penjelasan banding.

Dalam penelitian ini untuk menguji validitas data akan menggunakan triangulasi sumber yaitu membandingkan hasil data penelitian yang diperoleh dari narasumber satu kemudian dibandingkan dengan hasil data penelitian dari narasumber yang lainnya.

G Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis data dalam penelitian ini penulis menggunakan Metode Analisis Deskriptif Kualitatif. Pendekatan deskriptif ini digunakan, karena dalam menganalisa data yang dikumpulkan, data tersebut berupa informasi dan uraian dalam bentuk prosa yang kemudian dikaitkan dengan data lainnya untuk mendapatkan kejelasan terhadap suatu kebenaran, data berupa penjelasan-penjelasan bukan dengan angka.

Setelah data terkumpul, kemudian dilaksanakan pengolahan data dengan metode kualitatif, setelah itu dianalisis secara kualitatif dilakukan dengan langkah-langkah sebagaimana dikemukakan dengan model Miles dan Huberman, sebagai berikut:

1. Reduksi data yaitu analisis data yang mempertajam, memilih, memfokuskan,

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

membuang, dan menyusun data dalam suatu cara dimana kesimpulan akhir dapat digambarkan.

2. Model data (data display), yaitu menguraikan data secara sistematis sesuai dengan topik-topik pembahasan dengan model teks naratif.
3. Penarikan/ Verifikasi kesimpulan, yaitu merangkum uraian-uraian penjelasan ke dalam susunan yang singkat dan padat. Mulai memutuskan apakah makna sesuatu, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur sebab-akibat, dan proposisi-proposisi.⁸⁰

Berdasarkan langkah-langkah yang dilaksanakan dalam pengolahan data, maka analisis data yang dilaksanakan dalam penelitian ini adalah pengolahan data melalui analisis deskriptif kualitatif. Yaitu data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka serta di jelaskan dengan kalimat sehingga data yang diperoleh dapat dipahami maksud dan maknanya.

⁸⁰ Ardianto, *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif*, 223.

BAB IV

GAMBARAN UMUM

A. Sejarah Umum Perusahaan⁸¹

PT. Perkebunan Nusantara V (PTPN V), merupakan sebuah perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang perkebunan. Produk komoditi utama : *Crude Palm Oil*, *Standard Indonesian Rubber* dan *Smoke Rubber Sheet*. Untuk menghasilkan produk tersebut, PT. Perkebunan Nusantara V mengelola 86.353 ha kebun inti, 72.964 ha kebun plasma, 12 buah PKS dengan kapasitas olah 570 ton TBS/hari, pabrik karet dengan kapasitas olah 50 ton karet kering/hari dan Pabrik *Palm Kernel Oil*.

PTPN V adalah anak perusahaan perkebunan di bawah PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) / Holding Perkebunan BUMN. Wilayah kerja PTPN V adalah provinsi Riau yang tersebar di lima kabupaten yakni Kabupaten Kampar, Kabupaten Rokan Hulu, Kabupaten Rokan Hilir, Kabupaten Siak dan Kabupaten Indragiri Hulu.

PT Perkebunan Nusantara V yang selanjutnya disebut “Perusahaan”, pada awalnya merupakan Badan Usaha Milik Negara yang didirikan berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia (PP) No. 10 tahun 1996 tanggal 14 Februari 1996 tentang Penyetoran Modal Negara Republik Indonesia untuk pendirian Perusahaan. Pada awalnya merupakan konsolidasi proyek-proyek pengembangan kebun eks PT Perkebunan (PTP) II, PTP IV dan PTP V di Provinsi Riau.

Anggaran Dasar Perusahaan diaktakan oleh Harun Kamil SH., Notaris di Jakarta dengan Akta No. 38 tanggal 11 Maret 1996 dan telah mendapat pengesahan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia No. C2-8333.HT.01.01TH.96 tanggal 8 Agustus 1996 dan telah diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 80 tanggal 4 Oktober 1996 serta Tambahan Berita Negara Republik Indonesia No. 8565/1996.

⁸¹ “Company Profile PTPN V,” 2019.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
UIN SUSKA RIAU
Ste Islamia University of Sultan Syarif Kasim Riau

Anggaran Dasar Perusahaan telah mengalami beberapa kali perubahan. Perubahan terakhir sejalan dengan terbitnya Peraturan Pemerintah No. 72 tahun 2014 tentang Penambahan Penyertaan Modal Negara Republik Indonesia ke dalam Modal Saham Perusahaan Perseroan (Persero) PT Perkebunan Nusantara III yang mengalihkan 90% saham PTPN V dari milik Negara menjadi milik PTPN III. Perubahan struktur saham ini merubah status Perusahaan dari BUMN menjadi Anak Perusahaan Holding BUMN Perkebunan dengan PTPN III sebagai *Champion*.

Perubahan tersebut diatas dituangkan dengan Akta No. 26 tanggal 23 Oktober 2014 dibuat dihadapan Nanda Fauz Iwan, SH. M.Kn. Notaris di Jakarta Selatan. Dan telah mendapat pengesahan dari Menkumham RI melalui Surat Nomor: AHU-10531.40.20.2014 tanggal 04 November 2014.

Perusahaan per Desember 2014 memiliki kebun inti sawit dengan total luas areal tanaman seluas 78.340,09 Ha dengan komposisi TM seluas 57.419,60 ha, TBM seluas 17.540,09 ha, TB/TU/TK seluas 2.736, areal bibitan seluas 127,40 ha dan areal non produktif seluas 517 ha. Perusahaan juga memiliki kebun inti karet dengan total luas areal 8.184 ha dengan komposisi TM seluas 5.215 ha, TBM seluas 2.898 ha, TB/TU/TK seluas 68 ha dan bibitan seluas 3 ha.

Untuk mengolah komoditi kelapa sawit, Perusahaan memiliki 12 unit Pabrik Kelapa Sawit (PKS) dengan total kapasitas olah terpasang sebesar 570 ton TBS per jam dengan hasil olahan berupa minyak sawit dan inti sawit.

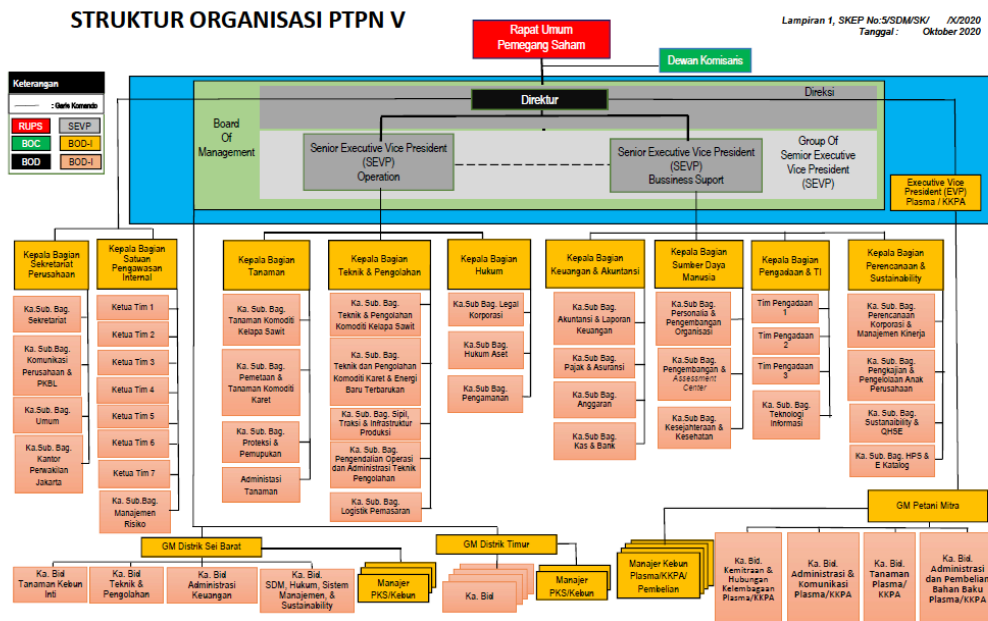
Kemudian untuk mengolah lanjut komoditi inti sawit, Perusahaan memiliki 1 unit Pabrik Palm Kernel Oil dengan kapasitas terpasang sebesar 400 ton inti sawit/hari dengan hasil olahan berupa *Palm Kernel Oil* (PKO) dan *Palm Kernel Meal* (PKM).

Pengelolaan areal tanaman saat ini memasuki peralihan dari siklus tanaman pertama (Gen-1) menuju siklus tanaman kedua (Gen-2). Siklus pertama dimulai pada era tahun 1980-an melalui proyek-proyek pengembangan kebun eks PT Perkebunan (PTP) II, IV dan V di Provinsi Riau. Peralihan dari Gen-1 menuju Gen-2 telah dimulai sejak tahun 2003 yang ditandai dengan *replanting* areal-areal tanaman usia tua/tua renta yang sudah menurun nilai ekonomis produksinya. Fase

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

peralihan Gen-1 ke Gen-2 ini diperkirakan tuntas pada tahun 2017. Pada saat itulah, seluruh tanaman Perusahaan merupakan tanaman Gen-2 yang diharapkan lebih produktif dibandingkan Gen-1, sebagai buah dari inovasi berlanjut di bidang budidaya tanaman.

Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru



B. Wilayah Operasi PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru

PT. Perkebunan Nusantara V merupakan salah satu perusahaan negara, yaitu BUMN yang berada di Provinsi Riau, Perusahaan ini hingga sekarang telah mengelola 49 unit kerja yang semuanya tersebar di Provinsi Riau. Kesemuanya tercakup kedalam satu badan usaha yang besar dan kompleks yaitu PT. Perkebunan Nusantara V. PT. Perkebunan Nusantara V ini bernaung dibawah walah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dibawah pengawasan Kementerian Republik Indonesia. Rincian unit usaha PT.Perkebunan Nusantara V ini yaitu terdiri dari:

1. Satu unit kantor pusat di Pekanbaru
2. Dua unit kantor bisnis strategi (UBS) : Distrik Timur dan Distrik Barat
3. Dua puluh enam unit kebun Inti dan Plasma

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta dilindungi

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4. Dua belas unit pabrik kelapa sawit (PKS)
5. Unit tambahan berupa 3 unit rumah sakit

PT. Perkebunan Nusantara V sekarang ini memiliki area wilayah seluas 154.635 Ha. Areal seluas ini di kelola sendiri oleh perusahaan, wilayah areal perusahaan tersebut terdiri dari 80.138 Ha lahan sendiri/inti dan 74.497 Ha lahan plasma. Komoditas produksi yang dihasilkan PT. Perkebunan Nusantara V ini, terdiri dari produksi minyak kelapa sawit dan produksi karet.

C. Visi dan Misi PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru⁸²

1. Visi PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru

“Menjadi Perusahaan Agribisnis Terintegrasi yang Berkelanjutan dan Berwawasan Lingkungan”

2. Misi PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru

- a. Pengelolaan Agro industri Kelapa Sawit dan Karet secara efisien bersama mitra untuk kepentingan stakeholder.
- b. Penerapan prinsip-prinsip Good Corporate Governance, kriteria minyaksawit berkelanjutan, penerapan standar industri dan pelestarian lingkungan guna menghasilkan produk yang dapat diterima oleh pelanggan.
- c. Menciptakan keunggulan kompetitif di bidang SDM dan Teknologi melalui pengelolaan SDM berdasarkan praktek-praktek terbaik, sistem manajemen SDM serta Teknologi Informasi terkini guna meningkatkan kompetensi inti perusahaan.

D. Kebijakan Perusahaan⁸³

Sesuai Visi PT Perkebunan Nusantara V (Persero) yaitu “Menjadi Perusahaan Agribisnis Terintegrasi yang Berkelanjutan dan Berwawasan Lingkungan”, dengan Misi: (a) Pengelolaan Agro industri Kelapa Sawit dan Karet secara efisien bersama mitra untuk kepentingan stakeholder. (b) Penerapan prinsip-prinsip Good Corporate Governance, kriteria minyaksawit berkelanjutan,

⁸² “Visi Misi PTPNV,” 2020.

⁸³ “Kebijakan Perusahaan,” 2019.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

penerapan standar industri dan pelestarian lingkungan guna menghasilkan produk yang dapat diterima oleh pelanggan. (c) Menciptakan keunggulan kompetitif di bidang SDM dan Teknologi 4.0 melalui pengelolaan SDM berdasarkan praktek-praktek terbaik, sistem manajemen SDM serta Teknologi Informasi terkini guna meningkatkan kompetensi inti perusahaan. Manajemen berkomitmen untuk:

1. Mematuhi seluruh peraturan perundang-undangan pemerintah dan persyaratan lainnya yang berlaku dan dipersyaratkan oleh pelanggan dan pihak terkait lainnya.
2. Mengelola dan mengendalikan seluruh resiko yang timbul dalam proses bisnis melalui penerapan Manajemen resiko yang berstruktur dan sistematis.
3. Menghasilkan produk bermutu dengan menerapkan dan memelihara Sistem Manajemen Mutu serta melaksanakan perbaikan berkelanjutan sehingga dapat memenuhi persyaratan pelanggan.
4. Mencegah terjadinya pencemaran lingkungan dengan menerapkan dan memelihara Sistem Manajemen Lingkungan serta melaksanakan perbaikan berkelanjutan dengan :
 - a. Mempertimbangkan aspek lingkungan dalam setiap tahapan kegiatan produksi,
 - b. Mendorong penerapan konversi energi dan penggunaan sumber daya yang efisien dengan berpedoman pada prinsip 3 R (Reduce, Reuse, Recycle),
 - c. Memperlakukan limbah sebagai produk samping untuk mendukung proses produksi sehingga dapat mengurangi dampak lingkungan yang ditimbulkan,
 - d. Melakukan pengelolaan seluruh limbah bahan berbahaya dan beracun yang dihasilkan,
 - e. Ikut berpartisipasi dalam upaya mengurangi emisi gas rumah kaca,
 - f. Menjaga dan melestarikan areal perusahaan yang memiliki nilai keanekaragaman hayati,
5. Mencegah terjadinya kecelakaan, cedera, atau penyakit akibat kerja terhadap pekerja serta menghindarkan kemungkinan terjadinya kerugian material

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

dengan menerapkan, memelihara Sistem Manajemen K3 dan melaksanakan perbaikan secara berkelanjutan.

6. Mengembangkan prinsip saling ketergantungan dan menguntungkan dalam menjalin hubungan dengan masyarakat melalui program Kemitraan dan bina Lingkungan.
7. Menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan di bidang SDM melalui perubahan dan penyempurnaan manajemen SDM berdasarkan praktek-praktek terbaik yang ada di lingkungan industri perkebunan.
8. Meningkatkan kemampuan, keahlian dan kompetensi karyawan perusahaan melalui program pelatihan dan pendidikan.
9. Menerapkan dan memenuhi seluruh prinsip dan kriteria Sustainable Palm Oil dalam proses produksi untuk menghasilkan minyak sawit lestari.

E. Logo PT Perkebunan Nusantara V

Gambar 4.2 Logo PT Perkebunan Nusantara V



Seperti yang terlihat diatas. Maka secara garis besar makna logo PT Perkebunan Nusantara V, yaitu:

1. Tulisan logo (logo type) 'ptpn 5' yang ditaruh simetris tepat di bawah logo mark melambangkan pohon sawit yang berakar dari perkebunan PTPN V serta pemilihan huruf non capital memperlihatkan keterbukaan perusahaan untuk tumbuh dan berkembang bersama mitra.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Selain visi dan misi perusahaan tentunya juga mengusung nilai- nilai perusahaan yang menjadi motivasi bagi seluruh anggota internal perusahaan. Selain itu perusahaan mengelola bisnis secara transparan, menjaga kepercayaan yang telah diperoleh dari pemegang saham dan pihak-pihak terkait. Sampai saat ini karyawan perusahaan berjumlah 13.000 orang. Sebagai perusahaan yang bergerak disektor industri hulu yang mengedepankan padat karya. Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan modal penting bagi perusahaan. Iklim usaha yang terus berubah mendorong perusahaan untuk terus meningkatkan mutu SDM agar dapat bersaing di pasar global.

F. Sistem dan Tata Nilai Perusahaan⁸⁴

Seluruh Distrik/Bagian/Kebun/Pabrik bertanggung jawab melaksanakan sosialisasi Values AKHLAK yang terdiri dari 6 (enam) Nilai Utama dan 18 (delapan belas) Panduan Perilaku, sebagai berikut:

1. Amanah

Definisi: Memegang teguh kepercayaan yang diberikan

Panduan Perilaku:

 - a. Memenuhi janji dan komitmen.
 - b. Bertanggung jawab atas tugas, keputusan dan tindakan yang dilakukan.
 - c. Berpegang teguh kepada nilai moral dan etika.
2. Kompeten

Definisi: Terus belajar dan mengembangkan kapabilitas.

⁸⁴ "Dokumentasi SDM," November 2020.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Panduan Perilaku:

- a. Meningkatkan kompetensi diri untuk menjawab tantangan yang selalu berubah.
- b. Membantu orang lain belajar.
- c. Menyelesaikan tugas dengan kualitas terbaik.

3. Harmonis

Definisi: Saling peduli dan menghargai perbedaan.

Panduan Perilaku:

- a. Menghargai setiap orang ataupun latar belakangnya
- b. Suka menolong orang lain.
- c. Membangun lingkungan kerja.

4. Loyal

Definisi: Berdedikasi dan mengutamakan kepentingan Bangsa dan Negara.

Panduan perilaku:

- a. Menjaga nama baik sesama karyawan, pimpinan, BUMN dan Negara.
- b. Rela berkorban untuk mencapai tujuan yang lebih besar.
- c. Patuh kepada pimpinan sepanjang tidak bertentangan dengan hukum dan etika.

5. Adaptif

Definisi: Terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan.

Panduan perilaku:

- a. Cepat menyesuaikan diri untuk menjadi lebih baik.
- b. Terus menerus melakukan perbaikan mengikuti perkembangan teknologi.
- c. Bertindak proaktif.

6. Kolaboratif

Definisi: Membangun kerjasama yang sinergis.

Panduan perilaku:

- a. Membuka kesempatan kepada berbagai pihak untuk berkontribusi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Terbuka dalam bekerja sama untuk menghasilkan nilai tambah.
- c. Mengerakkan pemanfaatan berbagai sumber daya untuk tujuan bersama.

G. Ketenagaan

PT.Perkebunan Nusantara V Pekanbaru didukung oleh beberapa bagian pekerjaan yaitu bagian sekretaris perusahaan, bagian SPI, bagian tanaman, bagian teknik/pengolahan, bagian keuangan dan akuntansi, bagian pemasaran, bagian perencanaan dan sustainability, bagian SDM, bagian hukum, bagian pengadaan dan TI, dan bagian distrik petani mitra.

Tabel 4.1

Daftar Jumlah Karyawan bagian PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru⁸⁵

| No | Bagian | Jumlah Karyawan |
|--------------|--------------------------------|-----------------|
| 1 | Sekretariat Perusahaan | 75 |
| 2 | Satuan Pengawasan Internal | 9 |
| 3 | Tanaman | 15 |
| 4 | Teknik dan Pengolahan | 44 |
| 5 | Hukum | 57 |
| 6 | Keuangan dan Akuntansi | 34 |
| 7 | Sumber Daya Manusia | 15 |
| 8 | Pengadaan dan TI | 15 |
| 9 | Perencanaan dan Sustainability | 20 |
| 10 | Distrik Petani Mitra | 8 |
| 11 | Karyawan PKWT | 12 |
| Total | | 292 |

H. Bidang Usaha

Sebagai salah satu Perseroan perkebunan milik negara yang telah cukup lama bergerak dibidang perkebunan kelapa sawit dan karet, sampai saat ini Perseroan tetap fokus pada kedua bidang usaha andalan tersebut. Untuk

⁸⁵ "Dokumentasi SDM," November 2020.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

meningkatkan kinerjanya, Perseroan melakukan berbagai usaha antara lain meningkatkan volume dan kualitas produksi hasil olah minyak sawit (CPO), inti sawit, Palm Kernel OIL (PKO), Palm Kernel Meal (PKM), Ribbed Smoked Shett (RSS), Standard Indonesia Rubber 10/20 (SIR 10/20) dan produk lainnya.

Dengan mutu hasil produksi sesuai standar nasional dan internasional diharapkan komoditi tersebut dijual dan dipasarkan dengan hasil yang optimal. Selain itu Perseroan melakukan efisiensi dan efektifitas di semua lini produksi termasuk didalamnya kegiatan pembukaan lahan, penanaman ulang, pengolahan lahan, pembibitan, penanaman, pemeliharaan, dan kegiatan lainnya seperti pengembangan kebun plasma.

1. Minyak Sawit dan Inti Sawit.

Perseroan mengelola kebun inti dan kebun plasma berikut 12 pabrik Kelapa Sawit (PKS) dan Pabrik PKO dan PKM yang menjadi tulang punggung operasional Perseroan yang menghasilkan minyak sawit dan inti sawit. Produk yang dihasilkan harus memenuhi kriteria baku mutu standar nasional maupun internasional agar dapat diterima pasar. Untuk itu Perseroan berupaya menjaga kualitas produk dengan penanganan seluruh rangkaian proses produksi dengan baik dan benar sesuai standar. Sekitar 98% CPO dipasarkan didalam negeri dan sisanya diperuntukan pasar luar negeri. Sedangkan seluruh produksi inti sawit diolah kembali menjadi PKO dan PKM yang dipasarkan di dalam dan luar negeri.

2. Karet

Hasil produksi kebun karet Perseroan diolah di pabrik karet Remeh menjadi SIR 20. Seperti halnya produk minyak sawit, mutu produk yang dihasilkan harus sesuai dengan standar nasional maupun internasional agar dapat diterima pasar didalam negeri dan luar negeri.

I. Struktur Organisasi Humas

Pada suatu pencapaian tujuan organisasi perusahaan, diperlukan suatu struktur organisasi dimana para karyawan, usaha-usaha dikoordinasikan serta

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta dilindungi UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

tersusun dari sejumlah subsistem yang saling berhubungan dan bekerjasama atas dasar pembagian tugas dan wewenang serta mempunyai tujuan tertentu. Didalam suatu perusahaan, manajemen mempunyai hubungan yang erat dengan organisasi. Setiap organisasi harus mempunyai manajemen agar tujuan yang telah ditetapkan dapat diapai dengan efektif dan efisien.

Untuk itu maka diperlukan struktur organisasi yang merupakan suatu alat manajemen dalam mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan sebelumnya dengan baik.

1. Uraian Jabatan Kepala Sub Bagian Komunikasi Perusahaan dan PKBL (CSR)⁸⁶

a. Identitas Jabatan

Nama Jabatan : Kepala Sub Bag Komunikasi dan PKBL (CSR)
Nama Bagian : Bagian Sekretariat Perusahaan
Kode Bagian : 5.SPR
Atasan Langsung : Kepala Bagian Sekretariat Perusahaan

b. Tujuan Jabatan

Membantu Kepala Bagian Sekretaris Perusahaan dalam merumuskan perencanaan, pengelolaan dan pengembangan jangka panjang aspek kegiatan sekretaris perusahaan, melaksanakan aspek kehumasan & hubungan investor, pelaksanaan tata kelola perusahaan yang baik sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku, merumuskan perencanaan, pengelolaan & pengembangan jangka panjang dan jangka pendek Program Kemitraan Bina Lingkungan dan Bansos (CSR), serta melaksanakan kegiatan PKBL (CSR) dan Bansos secara efektif sesuai dengan sistem dan prosedur yang berlaku.

c. Tanggung Jawab

Tersusunnya rencana kerja tahunan Sub Bag Komunikasi Perusahaan dan Humas, Hubungan Investor & GCG, Operasional dan Administrasi PKBL (CSR) dan Bansos.

⁸⁶ "Dokumentasi Humas," 2020.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Terlaksananya pengawasan terhadap seluruh biaya yang digunakan untuk pelaksanaan program kerja Sub Bag Komunikasi Perusahaan dan Humas, Hubungan Investor & GCG, Operasional dan Administrasi PKBL(CSR) dan Bansos.

Terlaksananya implementasi Komunikasi Perusahaan dan Humas, Hubungan Investor & GCG, Operasional dan Administrasi PKBL (CSR) dan Bansos sesuai dengan sistem dan prosedur yang berlaku.

Terlaksananya pembinaan kualitas SDM di Sub Bag Komunikasi Perusahaan dan Humas, Hubungan Investor & GCG, Operasional dan Administrasi PKBL (CSR) dan Bansos.

d. Wewenang

- 1) Menggunakan sumberdaya di sub bagiannya sesuai dengan kegiatan dan anggaran yang telah ditetapkan dalam RKAP.
- 2) Melakukan penilaian terhadap seluruh karyawan pimpinan dan pelaksana di Sub Bagian Komunikasi Perusahaan dan Humas, Hubungan Investor & GCG, Operasional dan Administrasi PKBL (CSR) dan Bansos.
- 3) Mengusulkan promosi bagi karyawan pimpinan dan pelaksana di sub bagiannya sesuai ketentuan yang berlaku.

e. Tugas Pokok

- 1) Menyusun pedoman RKAP yang berkaitan dengan Sub Bagian Komunikasi Perusahaan dan Humas, Hubungan Investor & GCG, Operasional dan Administrasi PKBL (CSR) dan Bansos.
- 2) Menyusun program kegiatan dan anggaran Sub Bagian.
- 3) Menyiapkan kegiatan Kehumasan secara efektif dan efisien baik dalam hal dokumentasi, publikasi, penerimaan tamu perusahaan, dan kampanye lainnya untuk peningkatan citra Perusahaan
- 4) Menyiapkan kegiatan Hubungan Investor secara efektif dan efisien
- 5) Menyiapkan Kegiatan Good Corporate Governance seperti penyusunan draft perangkat GCG, asesmen GCG, sosialisasi GCG, dan evaluasi GCG

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

secara berkesinambungan.

- 6) Melakukan evaluasi dan seleksi terhadap calon peserta mitrabinaan dan bina lingkungan.
- 7) Menyusun mekanisme pengembalian pinjaman oleh mitrabinaan.
- 8) Mengelola program bina lingkungan.
- 9) Menyelenggarakan pembinaan terhadap peserta mitrabinaan.
- 10) Mengelola administrasi keuangan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (CSR).
- 11) Melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan program kemitraan dan bina lingkungan.
- 12) Menilai prestasi kerja Staf Sub Bagian serta penilaian prestasi kerja seluruh karyawan pelaksana yang dinilai oleh Staf Sub Bagian.
- 13) Membuat laporan pelaksanaan program dan kegiatan Sub Bagian Komunikasi Perusahaan dan Humas, Hubungan Investor & GCG, Operasional dan Administrasi PKBL (CSR) dan Bansos.

f. Tugas Pendukung

- 1) Mengikuti perkembangan Undang-Undang dan peraturan-peraturan yang terkait dengan Komunikasi Perusahaan dan Humas, Hubungan Investor & GCG, Operasional dan Administrasi PKBL (CSR) dan Bansos.
- 2) Menjaga citra perusahaan.
- 3) Mendukung terlaksananya sistem-sistem manajemen yang diterapkan perusahaan, seperti Sistem Manajemen Kinerja, Sistem Manajemen Mutu ISO series, GCG, dan sistem-sistem manajemen lainnya.
- 4) Melakukan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Bagian.

g. Hubungan Kerja

- 1) Internal Perusahaan
 - a) Seluruh Bagian di Kantor Pusat, seluruh Unit Kerja Kebun/Pabrik dan seluruh Unit Kerja lainnya yang berkaitan dengan Sub Bagian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Komunikasi Perusahaan dan Humas, Hubungan Investor & GCG, Operasional dan Administrasi PKBL (CSR) dan Bansos

- b) Bagian Keuangan, dalam hal keuangan, anggaran dan laporan.
- c) Bagian SPI, dalam hal pengawasan internal dan eksternal.
- d) Bagian SDM, dalam hal pengelolaan SDM di Sub Bagian.

Eksternal Perusahaan

- a) Kementerian BUMN dalam hal membantu hubungan antara Perusahaan/Manajemen dengan Pemegang Saham/Pemilik.
- b) Lembaga/Konsultan Hukum dalam hal Sub Bagian.
- c) Institusi atau Lembaga dan Stakeholder eksternal lainnya yang terkait dengan kegiatan Sub Bagian Humas, Hubungan Investor.

2. Uraian Jabatan Staf Sub Bag Hubungan Investor dan GCG⁸⁷

a. Identitas Jabatan

Nama Jabatan : Staf Sub Bag Hubungan Investor & GCG
 Nama Bagian : Bagian Sekretariat Perusahaan
 Kode Bagian : 5.SPR
 Atasan Langsung : Kepala Sub Bag Komunikasi Perusahaan & PKBL

b. Tujuan Jabatan

Melaksanakan kegiatan administrasi hubungan investor dan pengelolaan tata kelola perusahaan yang baik/ *good corporate governance* sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

c. Tanggung Jawab

- a) Terlaksananya kegiatan administrasi hubungan investor dan pengelolaan tata kelola perusahaan yang baik/*good corporate governance* sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
- b) Terlaksananya pengembangan kualitas karyawan pelaksana yang menjadi tanggung jawabnya.

⁸⁷ "Dokumentasi Humas."

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d. Wewenang

- 1) Mengelola karyawan pelaksana yang menjadi tanggung jawabnya.
- 2) Melakukan penilaian terhadap karyawan pelaksana yang menjadi tanggung jawabnya.
- 3) Mengusulkan promosi bagi karyawan pelaksana yang menjadi tanggung jawabnya.

e. Tugas Pokok

- 1) Menyiapkan draft pedoman RKAP yang berkaitan dengan Hubungan Investor & GCG.
- 2) Menyiapkan draft program kegiatan dan anggaran sub Bagian Hubungan Investor & GCG.
- 3) Mengumpulkan bahan-bahan dan administrasi terkait kegiatan hubungan investor diantaranya namun tidak terbatas kepada penyelesaian aspek legal IPO, pendirian anak perusahaan maupun kerjasama dengan mitra strategis (KSO, JOA, BOT, dll)
- 4) Membina hubungan dengan investor/mitra strategis.
- 5) Mengumpulkan bahan-bahan pelaksanaan GCG di lingkungan Perusahaan.
- 6) Melaksanakan pemantauan penerapan GCG.
- 7) Melaksanakan Assessment GCG di lingkungan Perusahaan baik melalui kegiatan self assessment atau pendampingan asesmen GCG di lingkungan Perusahaan oleh assessor eksternal.
- 8) Menilai prestasi kerja seluruh karyawan pelaksana yang menjadi tanggung jawabnya.
- 9) Menyiapkan draft laporan pelaksanaan program dan kegiatan Hubungan Investor, GCG.

f. Tugas Pendukung

- 1) Mengikuti perkembangan undang-undang dan peraturan-peraturan yang terkait dengan hubungan investor & GCG.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- 2) Melayani tamu-tamu perusahaan yang berhubungan dengan Hubungan Investor & GCG.
- 3) Menjaga citra perusahaan.
- 4) Mendukung terlaksananya sistem-sistem manajemen yang diterapkan perusahaan, seperti GCG, KPKU, *Sustainability Palm Oil*, Sistem Manajemen K3, Sistem Manajemen Mutu ISO series, dan sistem-sistem manajemen lainnya.

g. Hubungan Kerja

- 1) Internal Perusahaan
 - a) Seluruh Bagian di Kantor Pusat, seluruh Unit Kerja Kebun/Pabrik dan seluruh Unit Kerja lainnya yang berkaitan dengan hubungan investor & GCG.
 - b) Bagian Keuangan, dalam hal keuangan, anggaran dan laporan.
 - c) Bagian SPI, dalam hal pengawasan internal.
 - d) Bagian SDM, dalam hal pengelolaan SDM di Hubungan Investor & GCG.
- 2) Eksternal Perusahaan
 - a) Kementerian BUMN dalam hal membantu hubungan antara Perusahaan/Manajemen dengan Pemegang Saham/Pemilik.
 - b) Institusi atau Lembaga dan Stakeholder eksternal lainnya yang terkait dengan kegiatan Hubungan Investor & GCG.

3. Uraian Jabatan Staf Sub Bag Komunikasi Perusahaan dan Humas⁸⁸

a. Identitas Jabatan

Nama Jabatan : Staf Sub Bagian Komunikasi Perusahaan dan Humas
 Nama Bagian : Bagian Sekretariat Perusahaan
 Kode Bagian : 5.SPR
 Atasan Langsung : Kepala Sub Bag Komunikasi Perusahaan dan PKBL

⁸⁸ "Dokumentasi Humas."

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

b. Tujuan Jabatan

Melaksanakan kegiatan humas dan portal secara efektif dan efisien sesuai dengan sistem dan prosedur yang telah ditetapkan.

c. Tanggung Jawab

- 1) Terlaksananya kegiatan humas dan portal secara efektif dan efisien sesuai dengan sistem dan prosedur yang telah ditetapkan.
- 2) Terlaksananya pengembangan kualitas karyawan pelaksana yang menjadi tanggung jawabnya.

d. Wewenang

- 1) Mengelola karyawan pelaksana yang menjadi tanggung jawabnya.
- 2) Melakukan penilaian terhadap karyawan pelaksana yang menjadi tanggung jawabnya.
- 3) Mengusulkan promosi bagi karyawan pelaksana yang menjadi tanggung jawabnya sesuai ketentuan yang berlaku.

e. Tugas Pokok

- 1) Menyiapkan draft pedoman RKAP yang berkaitan dengan Komunikasi Perusahaan dan Humas.
- 2) Menyiapkan draft program kegiatan dan anggaran Komunikasi Perusahaan dan Humas.
- 3) Mengumpulkan informasi dari sumber terkait untuk keperluan publikasi.
- 4) Melaksanakan dokumentasi foto, video, peliputan berita, wawancara, serta survei data untuk kepentingan perusahaan.
- 5) Melaksanakan pengarsipan berita (kliping), distribusi kliping, serta perhitungan tone pemberitaan terkait perusahaan.
- 6) Menyiapkan bahan publikasi korporasi untuk pihak internal maupun eksternal.
- 7) Menyiapkan bahan-bahan untuk pelayanan informasi kepada pihak-pihak terkait sesuai kewenangan.
- 8) Menerima tamu-tamu perusahaan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

- 9) Menilai prestasi kerja seluruh karyawan pelaksana yang menjadi tanggung jawabnya.
- 10) Menyiapkan draft laporan pelaksanaan program dan kegiatan humas.
- 11) Mengelola website www.ptpn5.com dan Portal Publik Kementerian BUMN untuk Perusahaan.

f. Tugas Pendukung

- 1) Mengikuti perkembangan di bidang humas untuk mendukung kelancaran tugas.
- 2) Melayani tamu-tamu perusahaan yang berhubungan dengan humas.
- 3) Menjaga citra perusahaan.
- 4) Mendukung terlaksananya sistem-sistem manajemen yang diterapkan perusahaan, seperti GCG, KPKU, *Sustainability Palm Oil*, Sistem Manajemen K3, Sistem Manajemen Mutu ISO series, dan sistem-sistem manajemen lainnya.
- 5) Melakukan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Sub Bagian dan Kepala Bagian.

g. Hubungan Kerja

- 1) Internal Perusahaan
 - a) Seluruh Bagian di Kantor Pusat, seluruh Unit Kerja Kebun/Pabrik dan seluruh Unit Kerja lainnya yang berkaitan dengan Sub Bagian Komunikasi Perusahaan dan Humas.
 - b) Bagian Keuangan, dalam hal keuangan, anggaran dan laporan.
 - c) Bagian SPI, dalam hal pengawasan internal.
 - d) Bagian SDM, dalam hal pengelolaan SDM.
- 2) Eksternal Perusahaan
 - a) Instansi Pemerintah (Pemko, Pemkab, Kepolisian,dll), dalam hal kegiatan humas.
 - b) Institusi atau Lembaga dan Stakeholder eksternal yang terkait dengan kegiatan Humas.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai Strategi Humas dalam mendukung perencanaan *Initial Public Offering* (IPO) di PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru. Maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa dalam mendukung perencanaan IPO, tidak semua komponen dari teori Strategi PENCILS digunakan oleh Humas PT Perkebunan Nusantara V, Teori Strategi PENCILS yang digunakan sebagai berikut:

1. *Publication* (Publikasi), Kegiatan publikasi yang dilakukan humas adalah dengan memberitakan, mengkampanyekan dan memperkenalkan program-program yang terkait dengan bisnis objektif perusahaan. Melalui siaran pers, pemberitaan dan iklan. Salah satu kegiatan publikasi yang berperan penting dalam menumbuhkan kepercayaan oleh masyarakat adalah Annual Report. Annual Report adalah bentuk realisasi dari segala program dan segala kegiatan yang telah dilakukan oleh perusahaan. Dengan Annual Report maka masyarakat selaku calon investor bisa melihat dan menimbang dalam keputusan untuk membeli saham dan untuk mempercayakan dana mereka saat IPO nantinya.
2. *News* (Berita) strategi humas yaitu dengan membuat berita-berita positif mengenai perusahaan. Dalam mendukung perencanaan IPO tugas humas adalah mempertahankan citra dan menginformasikan citra perusahaan melalui pemberitaan. strategi humas dalam pemberitaan adalah jika ada satu berita negatif mengenai perusahaan, maka perusahaan akan berusaha menghilangkan berita tersebut dengan cara menimpa dengan berita-berita positif sehingga pada halaman utama mesin pencari online, berita negatif tersebut tidak lagi terdapat di halaman utama.
3. *Community Involvement* (Hubungan dengan Komunitas), dalam mendukung perencanaan IPO salah satu upaya dalam membangun hubungan baik dengan stakeholder adalah dengan membuat survey kepuasan pelanggan bagi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

pelanggan-pelanggan PT Perkebunan Nusantara V dimana survey tersebut diharapkan bisa membuat pelanggan puas atas kerjasamanya dengan perusahaan. Selain itu, strategi dalam membangun hubungan baik dengan komunitas atau stakeholder adalah dengan melakukan pembangunan usaha dan menumbuhkan lapangan pekerjaan dengan komunitas-komunitas yang berhubungan dengan PT Perkebunan Nusantara V.

4. *Inform and Image* (Citra), dalam mendukung perencanaan *Initial Public Offering* (IPO) dapat disimpulkan bahwa humas PT Perkebunan Nusantara V melakukan salah satu startegi humas yaitu dengan mempertahankan citra, dan salah satu upaya mempertahankan citra perusahaan adalah pengelolaan media sosial yang baik, saat ini PT Perkebunan Nusantara V memiliki 3 media sosial yaitu facebook, twitter dan instagram. Tetapi saat ini perusahaan memiliki beberapa hambatan dalam pengelolaan media sosial yaitu kurangnya personil dan kurangnya sarana. Maka strategi selanjutnya adalah perusahaan pada tahun ini akan menambah personil untuk mengelola media sosial perusahaan.
5. *Sosial Responsibility* (Tanggung Jawab Sosial), humas melakukan program CSR yang sekarang disebut dengan TJSL atau Tanggung Jawab Sosial Lingkungan, dimana program ini pada tahun 2021 berfokus pada penyelenggaraan pembangunan usaha dengan kemitraan, yang diharapkan citra perusahaan akan meningkat dan reputasi baik perusahaan dimata masyarakat akan bertahan. Hal ini lah yang dilakukan oleh humas dalam rangka mendukung perencanaan IPO di PT Perkebunan Nusantara V.

B. Saran

Dari penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti dan melihat bagaimana humas dalam mendukung perencanaan *Initial Public Offering* (IPO) di PT Perkebunan Nusantara V, peneliti ingin memberi saran kepada PT Perkebunan Nusantara V untuk kedepannya:

1. Dari yang peneliti lihat bahwa kurangnya pengelolaan dari media sosial yang dimiliki oleh PT Perkebunan Nusantara V, dimana yang kita ketahui bahwa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penggunaan media sosial pada masa sekarang adalah disemua kalangan. Maka dari itu, mungkin PT Perkebunan Nusantara V bisa menambah personil untuk mengelola media sosial agar konten-konten menarik yang bisa menaikkan citra perusahaan bisa dipublikasikan dengan gencar dan fokus terhadap pengelolaan media sosial saja.

2. Untuk menarik minat masyarakat saat pelaksanaan IPO nantinya, mungkin PT Perkebunan Nusantara V bisa memperbaharui Annual Report yang ada di *website* resmi agar masyarakat dan stakeholder yang ingin membeli saham nanti bisa mengetahui kinerja operasional dan apa saja yang sudah di dapatkan oleh perusahaan berdasarkan data yang terbaru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- Alvin Octory Atmojo (Staff Sub Bag Hubungan Investor dan GCG). *Hasil Wawancara*. PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru, 2021.
- Anggi Ramadhani (PKWT Bagian Komunikasi Perusahaan dan Humas). *Hasil Wawancara*. PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru, 2021.
- Ardianto, Elvinaro. *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media, 2011.
- Azman, Zakirah. "Strategi Humas Dinas Pariwisata Kota Banda Aceh Dalam Membangun Banda Aceh Sebagai Kota Pariwisata (Studi Pada Dinas Pariwisata Banda Aceh)." *Jurnal Peurawi* 2, no. 2 (December 21, 2019): 46. <https://doi.org/10.22373/jp.v2i2.5888>.
- Basana, Sautma Ronni. "Problema Anomali Dalam Initial Public Offering (IPO)." *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 5, no. 2 (2003): 181–92.
- Basir, Saleh, and Hendry M. Fakhruddin. *Aksi Korporasi Strategi Untuk Meningkatkan Nilai Saham Melalui Aksi Korporasi*. Jakarta: Salemba Empat, 2005.
- Butterick, Keith. *Pengantar Public Relations: Teori Dan Praktik*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2012.
- Cutlip, Scott M., Allen H. Center, and Glen M. Broom. *Effective Public Relations Merancang Dan Melaksanakan Kegiatan Kehumasan Dengan Sukses*. Indonesia: PT Tunas Jaya Lestari, 2009.
- Daquela, Agnes. "Strategi Public Relations Pt. Telkomsel Branch Manado." *Acta Diurna* 2, no. 1 (2013): 15.
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

- Helina, Sisilia. "Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintahan Di Kota Malang." *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 4, no. 3 (2015): 8.
- Ismatun, Eliya, and Atika Jauharita Hatta. "ANALISIS INFORMASI PENENTU HARGA SAHAM SAAT INITIAL PUBLIC OFFERING" 15, no. 1 (2010): 9.
- Jonathan Sofian Lusa. "Mencari Bentuk Ideal Tanggung Jawab Sosial Perusahaan," 2007. <http://jsofian.wordpress.com/2007/06/10/>.
- "Kebijakan Perusahaan," 2019.
- Komariah, Neneng, Saleha Rodiah, and M. Zaky Rakhmat. "Kegiatan Public Relations Sebagai Upaya Penguatan Eksistensi Perpustakaan." *Baca: Jurnal Dokumentasi Dan Informasi* 39, no. 2 (December 17, 2018): 197. <https://doi.org/10.14203/j.baca.v39i2.431>.
- Little, Ken. *Rencana Pembelian Opsi Saham Karyawan*. Yogyakarta: ANDI, 2001.
- Manurung, Adler Haymans. *Initial Public Offering (IPO): Konsep, Teori Dan Proses*. Jakarta: PT Adler Manurung Press, 2013.
- Marihat Manullang. *Manajemen*. Bandung: Cita Pustaka Media Perintis, 2014.
- Moelono, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012.
- More, Frazier. *Humas Membangun Citra Dengan Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005.
- Marissan. *Manajemen Public Relations Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Prenada Media Group, 2008.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

- Niswaty, Risma, Sri Wulandari, Sirajuddin Saleh, and Muh. Rizal S. "Strategi Humas Universitas Negeri Makassar Dalam Meningkatkan Citra Positif Masyarakat." *Jurnal Ad'ministrare* 5, no. 2 (January 14, 2019): 99. <https://doi.org/10.26858/ja.v5i2.7888>.
- Nova, Firsan. *Crisis Public Relations "Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, Dan Reputasi Perusahaan."* Jakarta: PT Grafindo Persada, 2011.
- Oliver, Sandra. *Strategi Public Relations*. Indonesia: PT Gelora Aksara Pratama, 2016.
- Patilama, Hamid. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- "Pengertian Strategi Menurut Para Ahli, Proses Dan Jenis Strategi Terlengkap." Accessed February 18, 2020. <https://www.pelajaran.co.id/2017/18/pengertian-strategi-menurut-para-ahli-proses-dan-jenis-strategi.html>.
- Pramono, Nindyo. *Hukum PT Go Public Dan Pasar Modal*. Yogyakarta: ANDI, 2013.
- PT Bursa Efek Indonesia. "Panduan-Go-Public.Pdf." Accessed January 20, 2020. <https://www.idx.co.id>.
- PT PNV, Risky Atriansyah Staf Humas. *Hasil Wawancara*. PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru, 2020.
- Puwanta, Wiji, and Hendry Fakhruddin. *Mengenal Pasar Modal*. Jakarta: Salemba Empat, 2006.
- Rachmat Kriyantono. *Public Relations Writing: Teknik Produksi Media Public Relations Dan Publisitas Korporat*. Jakarta: Prenada Media, 2012.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Rahmatunisa, Suci, and Erna Febriani. "Strategi Public Relations Dalam Membangun Personal Branding Seniman Visual (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Public Relations Dalam Membangun Personal Branding Muklay Sebagai Seniman Visual)." *Jurnal Komunikologi* 16, no. 2 (2019): 8.
- Risky Atriansyah (Kepala Sub Bagian Komunikasi Perusahaan dan PKBL). *Hasil Wawancara*. PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru, 2021.
- Rudy, T. May. *Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat Internasional*. Bandung: PT Refika Aditama, 2005.
- Ruslan, Rosady. *Kiat Dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2013.
- . *Manajemen Humas Dan Manajemen Komunikasi Konsepsi Dan Aplikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 1999.
- . *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi; Konsep Dan Aplikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2016.
- . *Metode Penelitian Public Relations Dan Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2010.
- Satari, Anastasia Niken, and Dini Maryani Sunarya. "Strategi Humas Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan Dalam Menyosialisasikan Program Indonesia Pintar Melalui Kartu Indonesia Pintar," 2020, 12.
- Satutra, Eko Septian. "Strategi Humas Dalam Meningkatkan Pemahaman Masyarakat Terhadap Asuransi Kecelakaan Lalu-Lintas Jalan Dan Penumpang Umum Pada Pt. Jasa Raharja Cabang Riau." *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi* 1, no. 4 (2019): 14.
- Soemirat, Soleh, and Elvinaro Ardianto. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Subandang, Kustadi. *Public Relations Perusahaan Kajian, Program Impelementasi*. Bandung: Nuansa, 2004.
- Sukir Siswanto (Krani Publikasi dan Dokumentasi). *Hasil Wawanaara*. PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru, 2021.
- Suryadi, Andi, and Julis Suriani. "Strategi Humas PT. PLN (Persero) Pekanbaru Dalam Mensosialisasikan Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2009 Tentang Subsidi Listrik." *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi* 1, no. 1 (2019): 21.
- "Tentang Perusahaan PTPN V (Persero)." Accessed January 24, 2020. <http://bumn.go.id/ptpn5/halaman/41/tentang-perusahaan.html>.
- "Visi Misi PTPNV," 2020.
- Wahid, Umaimah, and Anggun Eka Puspita. "Upaya Peningkatkan Brand Awareness PT. Go-Jek Indonesia Melalui Aktivitas Marketing Public Relations." *Jurnal Komunikasi* 9, no. 1 (August 9, 2017): 31. <https://doi.org/10.24912/jk.v9i1.265>.
- Azman, Zakirah. "Strategi Humas Dinas Pariwisata Kota Banda Aceh Dalam Membangun Banda Aceh Sebagai Kota Pariwisata (Studi Pada Dinas Pariwisata Banda Aceh)." *Jurnal Peurawi* 2, no. 2 (December 21, 2019): 46. <https://doi.org/10.22373/jp.v2i2.5888>.
- Dauea, Agnes. "Strategi Public Relations PT. Telkomsel Branch Manado." *Acta Diurna* 2, no. 1 (2013): 15.
- Helina, Sisilia. "Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintahan Di Kota Malang." *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 4, no. 3 (2015): 8.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

- Komariah, Neneng, Saleha Rodiah, and M. Zaky Rakhmat. "Kegiatan Public Relations Sebagai Upaya Penguatan Eksistensi Perpustakaan." *Baca: Jurnal Dokumentasi Dan Informasi* 39, no. 2 (December 17, 2018): 197. <https://doi.org/10.14203/j.baca.v39i2.431>.
- Niswaty, Risma, Sri Wulandari, Sirajuddin Saleh, and Muh. Rizal S. "Strategi Humas Universitas Negeri Makassar Dalam Meningkatkan Citra Positif Masyarakat." *Jurnal Ad'ministrare* 5, no. 2 (January 14, 2019): 99. <https://doi.org/10.26858/ja.v5i2.7888>.
- Rahmatunisa, Suci, and Erna Febriani. "Strategi Public Relations Dalam Membangun Personal Branding Seniman Visual (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Public Relations Dalam Membangun Personal Branding Muklay Sebagai Seniman Visual)." *Jurnal Komunikologi* 16, no. 2 (2019): 8.
- Santari, Anastasia Niken, and Dini Maryani Sunarya. "Strategi Humas Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan Dalam Menyosialisasikan Program Indonesia Pintar Melalui Kartu Indonesia Pintar," 2020, 12.
- Saputra, Eko Septian. "Strategi Humas Dalam Meningkatkan Pemahaman Masyarakat Terhadap Asuransi Kecelakaan Lalu-Lintas Jalan Dan Penumpang Umum Pada PT. Jasa Raharja Cabang Riau." *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi* 1, no. 4 (2019): 14.
- Sufyadi, Andi, and Julis Suriani. "Strategi Humas PT. Pln (Persero) Pekanbaru Dalam Mensosialisasikan Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2009 Tentang Subsidi Listrik." *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi* 1, no. 1 (2019): 21.
- Wahid, Umaimah, and Anggun Eka Puspita. "Upaya Peningkatkan Brand Awareness PT. Go-Jek Indonesia Melalui Aktivitas Marketing Public Relations." *Jurnal Komunikasi* 9, no. 1 (August 9, 2017): 31. <https://doi.org/10.24912/jk.v9i1.265>.

Website

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

PT Bursa Efek Indonesia. "Panduan-Go-Public.Pdf." Accessed January 20, 2020.
<https://www.idx.co.id>.

"Tentang Perusahaan PTPN V (Persero)." Accessed January 24, 2020.
<http://bumn.go.id/ptpn5/halaman/41/tentang-perusahaan.html>.

Dokumen

"Company Profile PTPN V," 2019.

"Dokumentasi Humas," 2020.

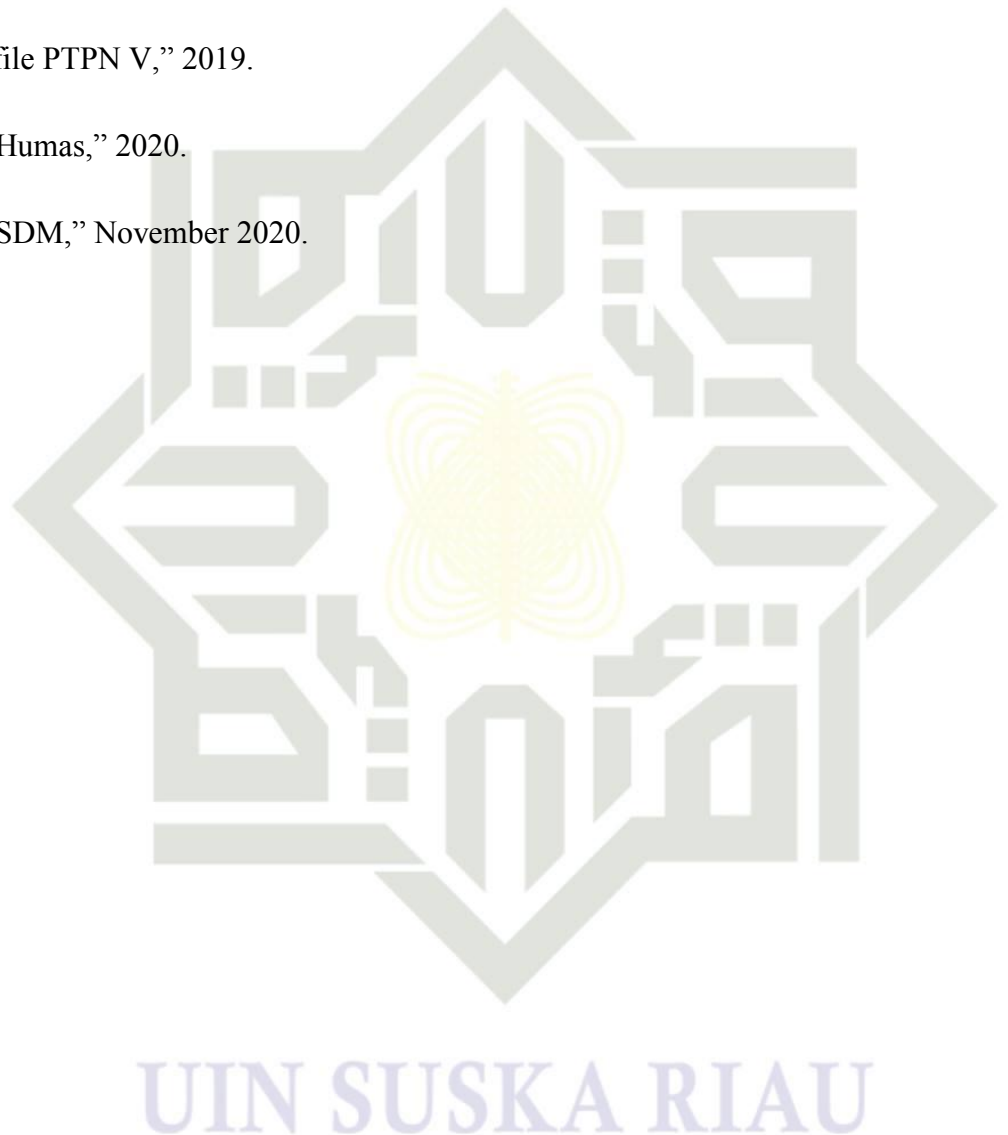
"Dokumentasi SDM," November 2020.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LAMPIRAN 1

HASIL DOKUMENTASI



Gambar 1: Wawancara bersama Bapak Risky Atriansyah selaku Kepala Sub Bagian Komunikasi Perusahaan dan PKBL PT Perkebunan Nusantara V pada Selasa, 21 Januari 2020.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 2 : Wawancara bersama Bapak Anggi Ramadhani selaku PKWT Bagian Komunikasi Perusahaan dan Humas PT Perkebunan Nusantara V pada Selasa, 21 Januari 2020.



Gambar 3: Wawancara bersama Bapak Alvin Octory Atmojo selaku Staff Sub Bag Hubungan Investor dan GCG PT Perkebunan Nusantara V pada Selasa, 21 Januari 2020.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 4: Wawancara bersama Bapak Sukir Siswanto selaku Krani Publikasi dan Dokumentasi PT Perkebunan Nusantara V pada Selasa, 21 Januari 2020.



Gambar 5: Foto Karyawan sedang melakukan pekerjaan mengedit berita sebelum diterbitkan kepada media online ataupun cetak

LAMPIRAN II

PEDOMAN WAWANCARA DAN KISI-KISI INSTRUMEN PENELITIAN

Strategi Humas Dalam Mendukung Perencanaan *Initial Public Offering* (IPO) di PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru.

Pedoman Wawancara

Narasumber :

Jabatan :

Hari / Tanggal : Selasa / 12 Januari 2021

Tempat : PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru

| Pertanyaan |
|--|
| Publications (Publikasi) |
| 1. Apa saja kegiatan yang akan di publikasikan oleh humas terkait dengan mendukung perencanaan IPO di PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru? |
| 2. Siapa sasaran dari publikasi tersebut? |
| 3. Apa saja media yang digunakan dalam publikasi tersebut? |
| Events (Acara) |
| 1. Apa saja kegiatan yang dilakukan oleh humas terkait dengan mendukung perencanaan IPO di PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru? |
| 2. Kapanakah kegiatan tersebut dilaksanakan? |
| 3. Apakah tujuan dari pelaksanaan kegiatan tersebut? |
| News (Berita) |
| 4. Bagaimana strategi yang dilakukan humas terkait dengan kegiatan pemberitaan? |
| 5. Bagaimana peran humas dalam mendukung perencanaan IPO di PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru? |
| Community Involvement (Hubungan dengan Komunitas) |
| 6. Dalam mendukung perencanaan IPO di PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru, apakah humas membangun hubungan dengan komunitas? Jika iya, komunitas apa saja? |
| 7. Apa target yang akan dicapai dalam usaha membangun hubungan dengan komunitas tersebut? |
| Inform or Image (Memberitahu atau Meraih Citra) |
| 8. Terkait dengan mempertahankan citra, bagaimana strategi humas dalam mendukung perencanaan IPO di PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru? |
| 9. Apa saja faktor pendukung dari pelaksanaan strategi tersebut? |
| 10. Apakah strategi tersebut berhasil diterapkan? |
| 11. Adakah hambatan dalam pelaksanaan strategi tersebut? Jika ada, apa upaya humas dalam menghadapi hambatan tersebut? |
| Lobbying and Negotiation (Teknik Lobi dan Negosiasi) |
| 12. Dalam mendukung perencanaan IPO di PT Perkebunan Nusantara V |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hal Cipta Milik UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

| | |
|--|--|
| 13 | Pekanbaru, apakah humas melakukan lobi dan negosiasi? Jika ada, kepada siapa dan apa target dari proses lobi dan negosiasi tersebut? |
| 14 | Apa saja hal yang perlu diperhatikan dalam melakukan proses lobi dan negosiasi? Dan bagaimana langkah-langkah proses lobi dan negosiasi yang dilakukan oleh humas? |
| Social Responsibility (Tanggung Jawan Sosial) | |
| 14 | Bentuk CSR apa saja yang dilakukan oleh perusahaan atau humas dalam mendukung perencanaan IPO di PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru? |
| 15 | Apa harapan humas dalam perkembangan perencanaan IPO di PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru? |

Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

| No | Judul Penelitian | Variabel | Indikator | Sub Indikator | Item Uraian | Alat Pengumpulan Data |
|----|---|-------------|---------------------------------|---|---|---|
| 1. | Strategi Humas Dalam Mendukung Perencanaan <i>Initial Public Offering</i> (IPO) di PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru | Peran Humas | <i>Publications</i> (Publikasi) | <ul style="list-style-type: none"> - Kegiatan yang akan publikasi oleh humas - Sasaran - Media yang akan digunakan | <ol style="list-style-type: none"> 1. Apa saja kegiatan yang akan di publikasikan oleh humas terkait dengan mendukung perencanaan IPO di PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru? 2. Siapa sasaran dari publikasi tersebut? 3. Apa saja media yang digunakan dalam publikasi tersebut? | <ul style="list-style-type: none"> - Wawancara - Observasi - Dokumentasi |
| | | Peran Humas | <i>Events</i> (Acara) | <ul style="list-style-type: none"> - Kegiatan yang dilakukan | <ol style="list-style-type: none"> 1. Apa saja kegiatan yang dilakukan oleh humas terkait dengan mendukung perencanaan IPO di PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru? | <ul style="list-style-type: none"> - Wawancara - Observasi - Dokumentasi |

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | | | | |
|-------------|---|--|---|--|
| | | <ul style="list-style-type: none"> - Kapan dilaksan akan - Tujuan | 2. Kapankah kegiatan tersebut dilaksanakan? 3. Apakah tujuan dari pelaksanaan kegiatan terbut? | |
| Peran Humas | <i>News (Berita)</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Strategi yang dilakuka n - Peran Humas | 1. Bagaimana strategi yang dilakukan humas terkait dengan kegiatan pemberitaan? 2. Bagaimana Peran Humas dalam mendukung perencanaan IPO tersebut? | <ul style="list-style-type: none"> - Wawancara - Observasi - Dokumentas i |
| Peran Humas | <i>Communit y Involveme nt (Hubungan dengan Komunitas)</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Komunit as apa saja - Target yang dicapai | 1. Dalam mendukung perencanaan IPO di PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru, apakah humas membangun hubungan dengan komunitas? Jika iya, komunitas apa saja? 2. Apa target yang akan dicapai dalam usaha membangun hubungan dengan komunitas tersebut? | <ul style="list-style-type: none"> - Wawancara - Observasi - Dokumentas i |
| Peran Humas | <i>Inform or Image (Memberit ahu atau Meraih</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Strategi yang digunaka n | 1. Terkait dengan mempertahankan citra, bagaimana | <ul style="list-style-type: none"> - Wawancara - Observasi - Dokumentas i |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | | | | | |
|-------------|---|-----------|--|--|--|
| | | Citra) | | <p>strategi humas dalam mendukung perencanaan IPO di PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru?</p> <p>2. Apa saja faktor pendukung dari pelaksanaan strategi tersebut?</p> <p>3. Apakah strategi tersebut berhasil diterapkan?</p> <p>4. Adakah hambatan dalam pelaksanaan strategi tersebut? Jika ada, apa upaya humas dalam menghadapi hambatan tersebut?</p> | |
| | | | <p>- Faktor pendukung</p> <p>- Keberhasilan strategi</p> <p>- Hambatan</p> | | |
| Peran Humas | <i>Lobbying and Negotiation</i> (Teknik Lobi dan Negosiasi) | - Target | 1. Dalam mendukung perencanaan IPO di PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru, apakah humas melakukan lobi dan negosiasi? Jika ada, kepada siapa dan apa target dari proses lobi dan negosiasi tersebut? | 2. Apa saja hal | <p>- Wawancara</p> <p>- Observasi</p> <p>- Dokumentasi</p> |
| | | - Langkah | | | |

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | | | | |
|-------------|--|---|---|---|
| | | - langkah | yang perlu diperhatikan dalam melakukan proses lobi dan negosiasi? Dan bagaimana langkah-langkah proses lobi dan negosiasi yang dilakukan oleh humas? | |
| Peran Humas | <i>Social Responsibility</i> (Tanggung Jawan Sosial) | <ul style="list-style-type: none"> - Kegiatan yang dilakukan - Harapan kedepannya | <ol style="list-style-type: none"> 1. Bentuk CSR apa saja yang dilakukan oleh perusahaan atau humas dalam mendukung perencanaan IPO di PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru? 2. Apa harapan humas dalam perkembangan perencanaan IPO di PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru? | <ul style="list-style-type: none"> - Wawancara - Observasi - Dokumentasi |

Hasil Wawancara

Hari/Tanggal : Kamis, 21 Januari 2021

Tempat : PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru

Topik : Wawancara

Informan :

Risky Atriansyah (Kepala Sub Bagian Komunikasi Perusahaan dan PKBL)

Alvin Octory Atmojo (Staff Sub Bag Hubungan Investor dan GCG)

Sukir Siswanto (Krani Publikasi dan Dokumentasi)

Anggi Ramadhani (PKWT Bagian Komunikasi Perusahaan dan Humas)

1. **Penulis** : Apa saja kegiatan yang akan di publikasikan oleh humas terkait dengan mendukung perencanaan IPO di PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru? Siapa sasaran dari publikasi tersebut? Apa saja media yang digunakan dalam publikasi tersebut?

Informan :

| | |
|---------------------|--|
| Risky Atriansyah | Dalam masa perencanaan IPO, humas mendapatkan peran dalam membangun citra, baik itu dari sisi pemberitaan dan <i>engagement stakeholder</i> dan sampai dengan pada masa persiapan peran humas berat disisi pemberitaan, sampai dengan tahun 2023 akan dilaksanakan IPO humas memiliki waktu untuk menyusun memperkenalkan dan mengkampanyekan program-program perusahaan yang terkait dengan bisnis objektif perusahaan atau tujuan yang ingin dicapai |
| Alvin Octory Atmojo | IPO dijadwalkan akan terlaksana di tahun 2023 tentu saja persiapan dilaksanakan dari awal, jadi untuk saat ini annual report merupakan hal yang harus disiapkan, karena Annual Report ini berisi tentang semua kegiatan dan semua realisasi yang dilakukan oleh perusahaan, didalam Annual Report para calon investor bisa melihat kinerja, sustainability, laporan keuangan, GCG, sistem ITE, produksi tanaman, maupun CPO. Jadi Annual Report itulah kunci evaluasi dari masyarakat yang |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

| | |
|-------------------|--|
| | ingin membeli saham perusahaan, nilai kinerja perusahaan juga bisa dilihat dari Annual Report, nantinya Annual Report itu diposting dibursa saham yang dimana kinerja perusahaan pertriwulan dievaluasi oleh auditor, kalau kinerja perusahaan tidak baik mungkin bisa dikatakan untuk tidak layak untuk IPO |
| Sukir Siswanto | Dari humas kita berusaha membuat citra sebaik mungkin dari perusahaan, kegiatan yang dipublikasikan adalah kinerja yang positif mungkin dari beberapa tahun terakhir seperti apa, kegiatan operasional perusahaan dan keterbukaan perusahaan |

2. **Penulis** : Apa Apa saja kegiatan yang dilakukan oleh humas terkait dengan mendukung perencanaan IPO di PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru? Kapankah kegiatan tersebut dilaksanakan? Apakah tujuan dari pelaksanaan kegiatan tersebut?

Informan :

| | |
|---------------------------|---|
| Risky Atriansyah | Dalam mengadakan <i>event</i> humas bertugas untuk menyusun konsep acara dan menyusun undangan, dalam hal IPO di masa persiapan bagian perencanaan strategis selaku pengurus IPO yaitu pihak yang lebih sering mengadakan rapat dengan Mandiri Sekuritas yang membantu perusahaan untuk menyiapkan segala sesuatunya, untuk <i>event</i> sendiri karena belum jatuh nya ketahap expose maka belum dilakukan, <i>gathering</i> direncanakan 6 bulan atau 8 bulan sebelum IPO |
| Alvin Octory Atmojo | Kalau event yang diadakan pada tahun 2020 perusahaan hanya ikut di pameran-pameran, contohnya pada acara ulang tahun Inderagiri Hulu dan ulang tahun Kampar di Bangkinang. Kita menampilkan teknologi-teknologi yang digunakan oleh perusahaan, dan ada juga dari kemitraan perusahaan yaitu hasil dari produksi alat-alat panen dari Rumbio Jaya Steel yang dipamerkan di stand kita |

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

3. **Penulis** : Bagaimana strategi yang dilakukan humas terkait dengan kegiatan pemberitaan? Bagaimana peran humas dalam mendukung perencanaan IPO di PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru?

Informan :

| | |
|---------------------------|--|
| Risky Atriansyah | Maka itulah peran humas saat ini dalam hal menyusun mengkonsep dan memonitoring pemberitaan dan isu yang ada, dalam sudut pemberitaan penjabaran mengenai strategi perusahaan salah satunya pelaksanaan pola kemitraan plasma yang humas ambil fokus pemberitaannya, ada juga mengenai program pemerintah dimasa pandemi karena seperti yang diketahui adalah sektor perkebunan adalah salah satu sektor yang bisa tumbuh dan bertahan, setelah itu juga humas konsten memperkenalkan bahwa PT Perkebunan Nusantara V itu sudah <i>sustainable</i> dan menerapkan produk perkebunan yang lestari |
| Alvin Octory Atmojo | Dalam sisi pemberitaan dengan rekan media kita mempunyai hubungan bagus dengan media mainstream, dengan membangun hubungan baik dengan media adalah salah satu upaya sarana dalam publikasi kita, dan pemilahan media sangat penting untuk memilah siapa saja yang menjadi sasaran pemberitaan kita. Dan hal ini menjadi salah satu strategi humas dalam mendukung perencanaan IPO di PT Perkebunan Nusantara V |
| Sukir Siswanto | Untuk 2020 sejak awal digunakan strategi ini, sudah sangat sesuai dengan harapan karena berita positif nya itu sudah diatas 90%, karena maksimal kita mempunyai berita negatif itu 15% dan ternyata realisasinya dalam 2020 tidak menyentuh angka 5%. Berita negatif ada,tapi tertimpa dengan banyaknya berita positif, jikalau ada berita negatif kita langsung menimpa dengan berita positif sebanyak 10 sampai 20 buah, agar pemberitaan itu hilang dimesin pencarian google, ada beberapa teknis untuk |

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

| | |
|--------------------|--|
| | menghilangkan berita negatif tersebut, salah satu nya adalah dengan menambahkan nama perusahaan pada judul |
| Anggi Ramadhani | Dalam pemberitaan kita mempunyai strategi dalam timeline mengenai apa saja yang kita akan angkat, biasanya berita tersebut berkesinambungan kemudian jika ada berita negatif kita biasanya tidak langsung menjawab berita teseut karena kita bisa menimpa berita positif dengan media besar, karena biasanya berita negatif itu di buat oleh media kecil |

4. **Penulis** : Dalam mendukung perencanaan IPO di PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru, apakah humas membangun hubungan dengan komunitas? Jika iya, komunitas apa saja? Apa target yang akan dicapai dalam usaha membangun hubungan dengan komunitas tersebut?

Informan :

| | |
|---------------------------|---|
| Risky Atriansyah | Saat ini fokus perusahaan adalah membangun ekonomi masyarakat sesuai dengan peraturan kementerian BUMN dimana untuk membantu masyarakat memiliki nilai tambah harus dapat mendorong sosial ekonomi masyarakat dan punya feedback kembali kepada perusahaan. Yang diminta adalah bagaimana kami meng- <i>recreate</i> menciptakan dan menumbuhkan lapangan kerja dan bagaimana kami menumbuhkan <i>venue</i> di masyarakat makanya sejak awal strategi komunikasi kita adalah PTPN5 tumbuh bersama rakyat, dan dari sanalah terbentuk citra perusahaan yang diharapkan bisa mendukung terlaksananya IPO nantinya |
| Alvin Octory Atmojo | Dalam perencanaan IPO saat ini humas memang harus membangun hubungan baik dengan kemitraan perusahaan, dan dengan harapan hubungan baik ini bisa memuaskan mereka untuk mendukung perencanaan IPO ini, tentu dalam perencanaan IPO sendiri harus ada dukungan dari stakeholder secara keseluruhan, kalau tidak ada dukungan otomatis IPO ini |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

| | |
|--------------------|--|
| | tidak berjalan |
| Sukir Siswanto | Sasaran komunitas dari PT Perkebunan Nusantara V itu adalah stakeholders, jadi stakeholders kita itu terdiri dari pemegang saham, karyawan, pelanggan yaitu pemasok tbs, transporter CPO kernel, pembeli CPO kernel, rekanan yang mengerjakan perbaikan maintenance investor kreditur bank, pemerintah daerah provinsi kabupaten, auditor KAP, BPK, BPKP, masyarakat sekitar LSM, bina lingkungan, kemitraan2, dan badan legislatif berupa DPR dan DPRD |
| Anggi Ramadhani | Kepada pelanggan-pelanggan pemasok, kita membuat survey kepuasan pelanggan yang dibuat tiap tahun, yang melaksanakan adalah bagian pemasaran, pemasaran sekarang udah bergabung di tekpol teknik pengolahan jadi setiap tahun itu ada, ada juga keluhan-keluhan pelanggan kita didalamnya, apa yang harus kita perbaiki dan tindak lanjuti, survey kepuasan pelanggan ini diaudit disini oleh saya selaku staf GCG perusahaan. Salah satu target kita adalah ini agar stakeholders puas terhadap bisnis kita, membangun komunikasi dengan baik |

5. **Penulis** : Terkait dengan mempertahankan citra, bagaimana strategi humas dalam mendukung perencanaan IPO di PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru? Apa saja faktor pendukung dari pelaksanaan strategi tersebut? Apakah strategi tersebut berhasil diterapkan? Adakah hambatan dalam pelaksanaan strategi tersebut? Jika ada, apa upaya humas dalam menghadapi hambatan tersebut?

Informan :

| | |
|---------------------|--|
| Risky Atriansyah | Untuk persiapan IPO sendiri humas dapat peran disana dalam membangun citra, baik itu dari sisi pemberitaan kemudian engagement stakeholder sampai dengan pada masa persiapan |
|---------------------|--|

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

| | |
|--------------------|---|
| | berat di sisi pemberitaan, IPO akan dilaksanakan nanti tahun 2023 sehingga humas memiliki waktu untuk menyusun memperkenalkan dan mengkampanyekan program2 perusahaan yang terkait dengan bisnis objektif perusahaan atau tujuan yang ingin dicapai. Hambatan terbesar dalam mempertahankan citra perusahaan saat ini adalah pengelolaan media sosial, dan tahun 2021 perusahaan akan mulai menambahkan personilnya, meningkatkan sarana prasarana seperti handphone tripod dan lain-lain, dan mengadakan pelatihan dalam pembuatan video yang menarik dan konten yang bagus untuk media sosial |
| Anggi Ramadhani | Untuk media sosial, kita memiliki akun di Instagram yaitu @ptpnusalima, untuk facebook yaitu @nusantarav, dan twitter yaitu @PNusalima. Media sosial sangat penting karena mencakup semua kalangan, dan saat ni media sosial kita sangat gencar-gencarnya pada saat ini. Targetnya untuk menciptakan kepercayaan masyarakat bahwa perusahaan mempunyai nilai untuk mereka membeli stock saham perusahaan saat diadakan IPO nantinya |

6. **Penulis** : Dalam mendukung perencanaan IPO di PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru, apakah humas melakukan lobi dan negosiasi? Jika ada, kepada siapa dan apa target dari proses lobi dan negosiasi tersebut? Apa saja hal yang perlu diperhatikan dalam melakukan proses lobi dan negosiasi? Dan bagaimana langkah-langkah proses lobi dan negosiasi yang dilakukan oleh humas?

Informan :

| | |
|---------------------|---|
| Risky Atriansyah | Jadi memang lobby dan negosiasi itu dilakukan bersama dengan mandiri sekuritas selaku tim dari persiapan IPO, pengalaman humas dalam penerbitan media internal, humas tidak sendirian karena ada tim, saat ini sudah ada tim, tim ini |
|---------------------|---|

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lah yang menjadi negosiator untuk itu dan memang jatuhnya negosiasi akan melibatkan pimpinan puncak, terkadang direksi langsung, bisa jadi setingkat kabag dibawah direksi dan itu sifatnya mendekati atau waktunya mendekati dengan IPO itu sendiri saat mau diterbitkan, saat sekarang kita memang belum ada menerbitkan atau mempublish kita akan menjual saham, maka belum ada yang bisa kita nego, itu akan terjadi pada masa-masa atau dekat IPO nantinya

7. **Penulis** : Bentuk CSR apa saja yang dilakukan oleh perusahaan atau humas dalam mendukung perencanaan IPO di PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru? Apa harapan humas dalam perkembangan perencanaan IPO di PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru?

Informan :

| | |
|---------------------|---|
| Risky Atriansyah | Jika dalam bentuk CSR jadi memang di PTPN 5 sejalan dengan arahan kementrian bumh 2021, CSR diistilahkan dengan TJSL bukan PKBL lagi, dan peraturan mentri yang mengatur tentang itupun akan berganti sesuai dengan mentri baru yang mengatur tentang itu. PTPN 5 mengembangkan berbagai upaya untuk dapat turut serta dalam pemulihan ekonomi nasional, pendanaan UMKM, dan mendorong masyarakat untuk bertambah ekoominya yang selaras atau sejalan dengan SDGs (Sustainable Development Goals) yang dikeluarkan oleh PBB dan sebagai bagian dari pemerintah kita diwajibkan untuk mengikuti pola itu, ada 4 pilar pembangunan yaitu ekonomi, sosial, lingkungan, hukum tata. Semua CSR PTPN 5 dari 2021 sampai kedepan akan mengikuti SDG tadi, artinya yang dilakukan PTPN 5 untuk membantu rakyat harus memiliki nilai tambah harus dapat mendorong sosial ekonomi masyarakat dan punya <i>feedback</i> kembali kepada PTPN 5. Dan kita berfokus |
|---------------------|---|

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | |
|------------------------------------|--|
| | <p>untuk memperlihatkan bahwa kita tidak main-main, sawit kita urus dengan baik sekaligus lingkungannya, alam masyarakat sampai dengan sosial yang ada disekitarnya. Program ini adalah bagaimana kami meng-<i>recreate</i>, menciptakan dan menumbuhkan lapangan kerja dan bagaimana kami menumbuhkan <i>venue</i> dimasyarakat sehingga pada 2021 dari 9,4 milyar yang kami miliki untuk CSR tadi, itu 2 miliar digunakan untuk membangun usaha bukan mengembangkan usaha, caranya adalah kita datangi kampung-kampung dan desa-desa kita lihat minat dan bakatnya apa misalnya mereka senang berternak kambing, kita bentuk kelompoknya kita berikan modal kambingnya kita berikan pelatihannya sehingga masyarakat punya usaha disitu jadi menciptakan berbagai usaha makanya sejak awal strategi komunikasi kita adalah PTPN5 Tumbuh Berasama Rakyat, CSR kita 2021 ini berfokus pada kemitraan, jadi petani plasma yang harus menunggu hasil panennya juga mendapatkan modal kerja selagi mereka punya usaha sampingan ntah itu dengan berternak, dagang atau jasa, sehingga nanti sambil menunggu panen mereka bisa mendapatkan penghasilan, dan dana tersebut diambil dari dana CSR.</p> |
| <p>Alvin Octory Atmojo</p> | <p>Dulu disini ada namanya PKBL sekarang jadi TJSL, tahun 2021 ini sudah berubah menjadi TJSL Tanggung Jawab Sosial Lingkungan, sebelumnya bina lingkungan dan CSR itu dipisah, sekarang digabung, yang namanya hibah untuk 2021 ini program-program baru pun SOP nya berubah baru lagi. Salah satu kemitraan kita yang produksinya alat-alat panen, ada satu kampung dikampar yang dimana pekerjaannya adalah pandai besi, sehingga kita kasih syarat kami mau alat panennya seperti ini, berapa kali dipakai baru rusak dan untuk memenuhi spesifikasi itu kita lakukan tender bersama mereka, mereka lah</p> |

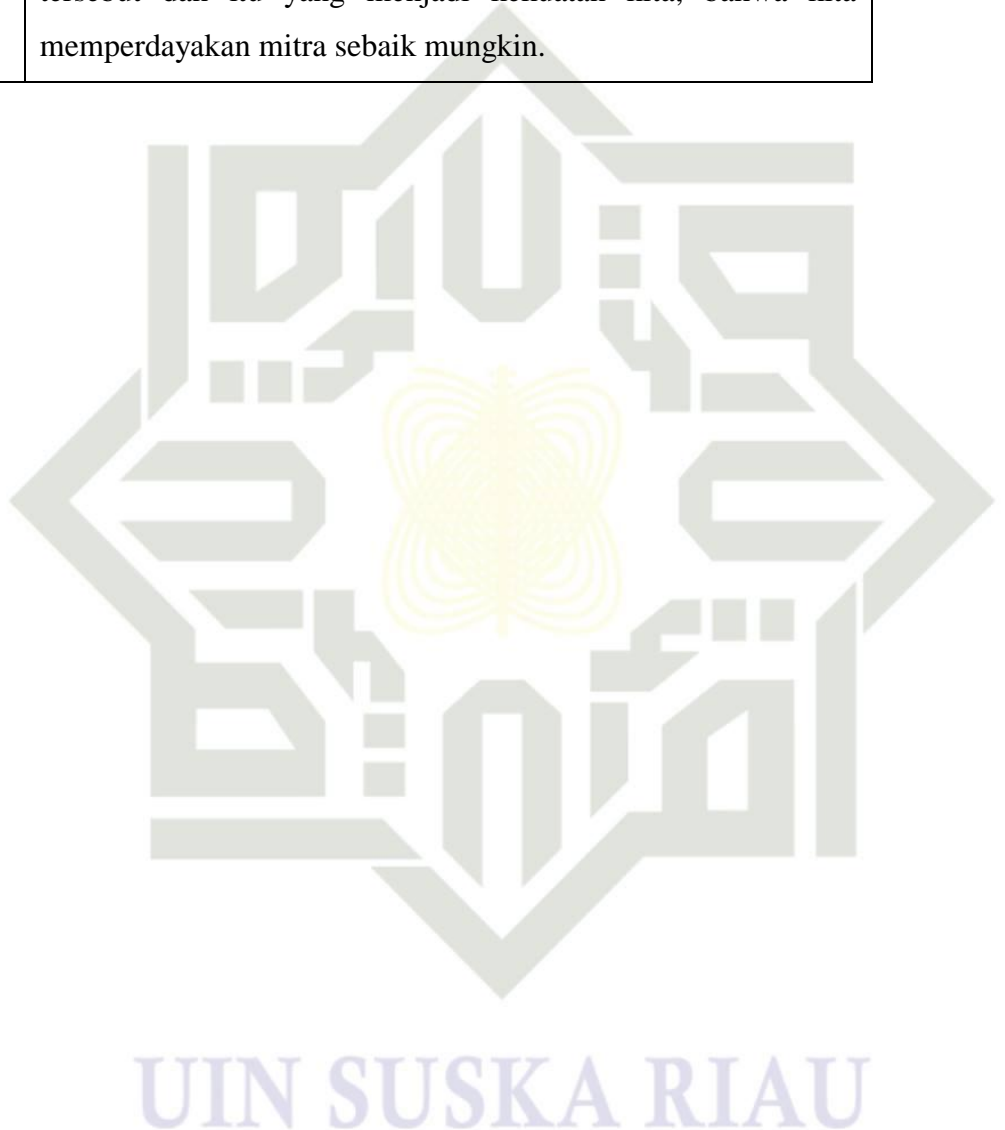
yang menjadi satu-satunya pemasok alat panen, kita tidak impor lagi kita pakai produk lokal, kita kasih modal kerja, dan produknya kita beli, mudah-mudahan berkembang dan insyaAllah berkembang kami perhatikan memang, akhirnya beberapa perusahaan swasta di Riau juga meilirik produk tersebut dan itu yang menjadi kekuatan kita, bahwa kita memperdayakan mitra sebaik mungkin.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Nomor : B-8821/Un.04/F.IV/PP.00.9/12/2020
Sifat : Biasa
Lampiran : 1 (satu) Exp
Hal : Mengadakan Penelitian.

Pekanbaru, 14 Desember 2020

Kepada Yth,
**Kepala Dinas Penanaman Modal dan
Pelayanan Terpadu Satu Pintu
Provinsi Riau
Di
Pekanbaru**

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat,

Kami sampaikan bahwa datang menghadap bapak, mahasiswa kami:

| | |
|-----------|--|
| N a m a | : YUSTIKA MAHFIRA HADI |
| N I M | : 1174034407 |
| Semester | : VII (TUJUH) |
| Jurusan | : ILMU KOMUNIKASI |
| Pekerjaan | : Mahasiswa Fak. Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau |

Akan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi tingkat Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul:

“Strategi Humas dalam mendukung Perencanaan Initial Public Offering (IPO) di PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru . “

Adapun sumber data penelitian adalah :
PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru

Untuk maksud tersebut kami mohon Bapak berkenan memberikan petunjuk-petunjuk dan rekomendasi terhadap pelaksanaan penelitian tersebut.

Demikianlah kami sampaikan dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.



Wassalam
a.n. Rektor,
Dekan,

Dr. Nurdin, MA
NIP.19660620 200604 1 015

Tembusan :
1. Mahasiswa yang bersangkutan

Nomor : 5/SDM/X/01/I/2021
Lamp : -

Pekanbaru, 06 Januari 2021

Kepada Yth.
Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
Provinsi Riau
di **Tempat**

Hal : **Penelitian**

Dengan hormat,

Menghunjuk surat Saudara No. 503/DPMTSP/Non Izin-Riset/37385 tanggal 18 Desember 2020 hal tersebut di atas, dengan ini kami sampaikan sebagai berikut:

1. Pada prinsipnya Manajemen PTPN V menyetujui mahasiswa a.n Yustika Mahfira Hadi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau untuk melakukan Penelitian di Bagian Sekretaris Perusahaan PTPN V pada tanggal 07 Januari 2021 sampai dengan selesai.
2. Mahasiswa tersebut agar melapor kepada Kepala Bagian Sumber Daya Manusia PTPN V sebelum dan sesudah melaksanakan Penelitian serta menjamin bahwa data yang diperoleh hanya digunakan untuk kepentingan ilmiah pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Segala biaya yang timbul dan apabila terjadi kecelakaan pada saat melakukan Penelitian menjadi tanggung jawab mahasiswa yang bersangkutan.
4. Kegiatan Penelitian dapat dilaksanakan via telepon melalui contact person Sdr. Alvin Octory Atmojo (Staf Sub Bagian Hubungan Investor & GCG) nomor HP 081371138625
5. Setelah melakukan Penelitian mahasiswa yang bersangkutan wajib mengirimkan 1 (satu) set laporan kepada PTPN V.

Demikian disampaikan dan terima kasih atas perhatian yang diberikan.

PT Perkebunan Nusantara V



Dwi Jatmiko Prayitno

**Pj. Kepala Bagian Sumber Daya
Manusia**

Tembusan :

- SPR
- Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau
- Peringgal



PEMERINTAH PROVINSI RIAU

DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 **PEKANBARU**
Email : dpmptsp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISET/37385
T E N T A N G

PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI



1.04.02.01

Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Rekomendasi Riset dari : **Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : 0-881/Un.04/F.IV/PP.00.9/12/2020 Tanggal 14 Desember 2020**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

1. Nama : **YUSTIKA MAHFIRA HADI**
2. NIM / KTP : **11740324407**
3. Program Studi : **ILMU KOMUNIKASI**
4. Jenjang : **S1**
5. Alamat : **PEKANBARU**
6. Judul Penelitian : **STRATEGI HUMAS DALAM Mendukung PERENCANAAN INITIAL PUBLIC OFFERING (IPO) DI PT. PERKEBUNAN NUSANTARA V PEKANBARU**
7. Lokasi Penelitian : **PT. PERKEBUNAN NUSANTARA V PEKANBARU**

Dengan ketentuan sebagai berikut:

- Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
- Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
- Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.
- Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 18 Desember 2020



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :
Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)

**DINAS PENANAMAN MODAL DAN
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
PROVINSI RIAU**

Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

- Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
- Direktur PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru
- Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
- Yang Bersangkutan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Yustika Mahfira Hadi dilahirkan di Pekanbaru, Kecamatan Sail , Kota Pekanbaru Provinsi Riau, pada tanggal 27 Agustus 1998, sebagai anak ke-dua dari Bapak Muhammad Yusdihadi, SH dan Ellisda Nasution yang beralamat di Jl. Pelita Perum. Wana Griya Blok. H No. 10, Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru Provinsi Riau. Informasi diri dapat menghubungi Email: yustika.mahfira.hadi@gmail.com, Nomor HP: 0852-7106-5761.

Penulis menyelesaikan pendidikan TK An-Namiroh 1. Lalu melanjutkan Sekolah dasar di SDN 004 Tampan dan melanjutkan pendidikan di SMPN 13 Pekanbaru. Lalu melanjutkan sekolah SMA Negeri 13 Pekanbaru. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan dan lulus dengan jalur Ujian Masuk Jalur Mandiri di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi pada tahun 2017 hingga menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini ditahun 2021.

Selama menjadi mahasiswa, penulis pernah melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru, yang bergerak dibidang pekebunan sawit dan karet di Jl. Rambutan No.43, Sidomulyo Tim., Kec. Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru, Riau dan mengikuti KKN di Kantor Lurah Maharatu Jl. Kartama No.34, Maharatu, Kec. Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru, Riau pada tahun 2020. Penulis juga pernah berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan akademik dan non-akademik seperti kegiatan di kampus, dan berorganisasi di luar kampus seperti pengabdian masyarakat dan lain sebagainya.